

21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

旅游交通管理

来逢波　陈松岩 









21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

旅游交通管理

主　编　来逢波　陈松岩
副主编　王晓丽　李秀菊
　　　　陈晓红　田家军



内 容 简 介

本书依据旅游业发展的自身特点及旅游交通产业的特性，较为系统地梳理了旅游交通的历史发展进程，并结合中国交通行业改革发展的背景及世界旅游交通发展的总体趋势，对现代旅游交通业进行了深层次、全方位的剖析。 全书充分反映了国内外旅游交通理论与实践的总体水平、最新发展动态和趋势，全面介绍了旅游交通发展历史、旅游服务、管理与市场营销、旅游交通规划、旅游交通法规及国内外旅游交通的发展趋势等方面的基本理论和基础知识。 本书采用理论和实际案例相结合的方式，注重实用性和可操作性，提供了相应的案例并对案例进行了点评。

本书可作为本、专科旅游管理及相关专业学生的教材，同时也可作为旅游交通企业的中、高级管理人员及相关业内人士的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游交通管理/来逢波，陈松岩主编．—北京：北京大学出版社，2015．4
（21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材）
ISBN 978-7-301-25643-5

Ⅰ．①旅…　Ⅱ．①来…②陈…　Ⅲ．①旅游业—交通运输管理—高等学校—教材
Ⅳ．①F506

中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第065045号

书　　名　旅游交通管理
著作责任者　来逢波　陈松岩　主编
责任编辑　刘　翯
标准书号　ISBN 978-7-301-25643-5
出版发行　北京大学出版社
地　　址　北京市海淀区成府路205号　100871
网　　址　http://www.pup.cn　　新浪微博：@北京大学出版社
电子信箱　pup_6@163.com
电　　话　邮购部62752015　发行部62750672　编辑部62750667
印 刷 者
经 销 者　新华书店
　　　　　787毫米×1092毫米　16开本　15.5印张　369千字
　　　　　2015年4月第1版　2015年4月第1次印刷
定　　价　31.00元

前　　言

改革开放30多年来，我国旅游交通运输业得到了飞速发展，对旅游业及经济社会发展的作用力和贡献力日益增强。目前，我国旅游产业已从新的经济增长点发展成为国民经济的支柱产业，旅游交通服务与管理人才的需求日益增多，对从业人员素质的要求也越来越高。但我国的旅游交通发展水平、服务与管理水平和国际先进水平相比较还存在较大的差距。编写一套既符合现代旅游业和交通运输业发展现状，又适应当前旅游交通类人才培养需要、特色鲜明的教材已成为旅游教育发展进程中迫在眉睫的需求。

近年来，国内旅游界同仁进行了积极努力和大胆探索，搭建起了良好的基础，初步构建了旅游交通教育的教材体系。结合当前旅游交通业发展的形势，为满足旅游及相关交通类院校教学的需要，为旅游企业和交通运输企业的在职人员培训提供可以借鉴的教材资料，从而达到促进旅游业发展并提高我国旅游交通业从业人员的综合素质的目的，我们组织相关院校多年从事旅游与交通教学及科研的专家教授编写了这本实践性、岗位针对性强的旅游交通管理专业教材。以后根据旅游交通教育教学和科研的需要，我们将陆续推出其他相关教材。

本书最大的特点是体系清晰、实用性和针对性强。本书针对旅游业、交通运输业和旅游教育的特点，遵循科学性、实用性、先进性和规范性4项原则，一改以往教材“重理论、轻实践”的思维习惯，以旅游交通相关理论体系为主线，通过大量的典型案例，全面介绍了旅游交通发展历史、旅游服务、管理与市场营销、旅游交通规划、旅游交通法规及国内外旅游交通的发展趋势等方面的基本理论和基本知识，从而将本门课程的理论体系和框架结构完整地呈现在读者面前。

在本书编写过程中，编者不仅吸收了国内外旅游类优秀教材的优点，还将当前国内同仁的最新研究成果、正在运行并行之有效的经验融入其中，具有以下几个方面的特点：①强调新颖，吸纳了国内外旅游教育教学和研究的新观点和新方法；②注重理论与实践结合，在内容中力图体现旅游交通理论的系统性和完整性，同时尽量融理论与实践于一体，使读者用理论指导实践；③关注世界与我国旅游业的发展动态，尽量体现出教材内容的开放性并努力拓宽读者的视野，便于读者学习。

本书由来逢波、陈松岩主持编写，并负责本书的框架体系构思搭建、主要内容的确定，以及统稿、定稿。本书编写分工如下：第1章由来逢波编写；第2章、第8章由陈晓红编写；第3章、第9章、第10章、第11章由王晓丽编写；第4章、第7章由田家军编写，第5章、第6章由李秀菊编写。

在本书编写过程中，编者参阅了大量有关旅游与交通类的书籍和文献，在此谨向相关作者致以诚挚的感谢！

由于时间仓促和编者水平有限，书中不足之处在所难免，恳请广大读者不吝指教。

编　者

2015 年 1 月

目　　录



第1章　旅游交通基本理论

学习目标与要求

（1）掌握旅游交通的概念。

（2）理解旅游交通的特点与主要分类。

（3）了解旅游交通的任务与作用。

导入案例

高铁对新疆旅游的影响

旅游业发展史的研究表明，每一次交通技术的变革都会带来旅游业的一次飞跃发展。在现代旅游业发展中，交通是旅游成功发展的基本成分，是旅游完成的重要要素，也是游客旅游体验的一部分，具有旅游资源和旅游吸引物的特征。

2014年年底通车的兰新高铁会给新疆的旅游带来什么？笔者认为至少会有以下几点影响。

1. 游客的大量增加

由于新疆目前没有参考数据，我们以2009年起开始运营的武广高速铁路为例。2009年开通的武广高铁给武汉市的城市旅游带来了深刻的、具有历史意义的转变。几年内武汉市的城市旅游呈现“井喷式”发展，武汉市2010年旅游人数达到8 852.34万人次，同比增长39.18%；2011年旅游人数达到1.16亿人次，同比增长31.38%。

2. 高铁沿线景区的竞争会更加激烈化

随着高铁的开通，势必会降低人们的出游的经济成本和时间成本，会有更高的费效比。按引力模型及与之相关的距离衰减规律，景区和目的地的有效市场半径将随着交通成本、心理成本、时间成本及其他可降低成本的降低而放大。但是，市场的出游半径和选择机会也一并放大了，这就意味着，在同一条线路上的景点中，游客会更多地选择自己希望去的景点或是旅游线路，并且会重复地去某一景点，这样就会在旅游者心中产生景点间的替代性。为了应对这种情况，各景点不得不加快建设自己的特色产品吸引游客的到来。所以，景点之间的竞争就会加剧。

3. 对旅行社组织游客是一种考验

目前，新疆的外地游客主要是通过参加旅行社的方式来新疆。在高铁“公交化”运营的背景下，高铁在每个站点的停靠时间较短(如武广高铁的长沙站、京沪高铁的苏州站的停留时间只有1～2min)，在这几分钟内组织几十甚至几百名游客上下火车，不得不说是一个需要研究的问题；而散客则不存在这种问题。再者，由于高铁高效的票务系统，游客对旅行社的依赖度就会进一步降低，旅行社又要应对这一问题。

4. 高铁对于中小城市的影响不可小觑

在兰新高铁新疆段，除了乌鲁木齐，其他站点都是小型城市，基本不具备经济集中优势。在这些小城市里，吐鲁番尤为突出。吐鲁番距离乌鲁木齐只有不到200km，高铁的行驶时间只需要40min左右(不及乌市一些公交车的乘坐时间)。而且乌鲁木齐又有着很强的经济优势与区位交通优势，它既是目前新疆本土旅游市场的客源地，又是外省游客的主要集散地，这些优势是小城市不具备的。所以，小城市既要发展地方旅游经济，又要保持自己的特色而不被吸纳到大城市的旅游经济圈中，这一矛盾很值得思考。

（案例来源：天山网，http：//xj.ts.cn/2014—09/12/content _ 10513232.htm，2014-9-12.）

1.1 旅游交通的概念、特点与分类

旅游活动一个重要的特点是异地性。旅游者要离开自己的常住地前往另一地区游览、参观和访问必然需要交通的连接，因此旅游交通也是旅游业的一个重要支柱，为旅游业及旅游活动本身的发展提供了重要的支撑条件。但旅游交通不仅仅是一种两地之间转移的工具，有些情况下旅游交通本身也是吸引旅游者的重要资源，因为在乘坐交通工具的同时旅游者也可以亲身感受交通运载工具所带来的舒适愉悦并能欣赏沿途的风光景色。

纵观旅游发展史可以发现，旅游业的每一次大发展都与交通的发展紧紧联系在一起。近代旅游业的迅速发展得益于蒸汽机在交通中的运用，而现代旅游业的发展则以喷气式推进技术在民航中的应用为标志，这些都说明了交通在旅游活动中的重要性。

随着世界旅游产业的蓬勃发展，连接旅游者与旅游目的地之间的旅游交通逐渐成为国内外研究的课题。然而，目前对旅游交通的定性相对比较单一，大多都简单地认为是“各种交通运输现象的总和”，体现出单一的交通运输功能，从而导致在理论研究上具有很强的局限性。正是这种局限性的存在，使得长时间、长距离的旅途成为很多目的地吸引远程客源市场的瓶颈。

那么，到底什么是旅游交通呢?

1.1.1 旅游交通的概念

总体来看，旅游交通的概念目前在理论界尚未有统一的说法。许多学者对此进行了颇有意义的探索和界定。

早在1993年，杜学就将其定义为“一种为旅游者提供直接或间接交通运输服务所产生的社会和经济活动”。1996年将其进一步延伸定义为：旅游交通是指为旅游者在旅行游览过程中提供所需交通运输服务而产生的一系列社会经济活动与现象的总称。

关宏志等(2001)则将旅游交通分为广义和狭义来界定。广义的旅游交通是指以旅游、观光为目的的人、物、思想及信息的空间移动，其探讨的对象包括人、物、思想及信息；狭义的旅游交通则将讨论的对象限定在人或物。

张辉(2002)认为，旅游交通是指利用一定的运载工具，通过一定的交通线路和港口、车站、机场等设施，在约定的时间内，将旅游者从其居住地或出发地向旅游目的地进行空间位置转移的一种特殊的经济活动。

傅云新(2004)认为旅游交通是“为旅游者在常住地与旅游目的地以及旅游目的地内



部，提供所需要的空间移动及由此产生的各种现象和关系的总和”。

此外，吴刚、谢彦君(2003，2004)等也提出了关于旅游交通的定义，吴刚还进一步阐述了旅游交通的两个特征：交叉性和共享性。交叉性是指旅游和交通的融合与交叉；共享性是指进出景区的旅游交通和其他公共交通可以相互共享。

综上所述，旅游交通是指旅游者利用某种手段和途径，实现从一个地点到达另一个地点的空间转移的过程。它既是抵达目的地的手段，同时也是在目的地内活动往来的手段。其核心内涵是因旅游需求而伴随着旅游全过程的交通线路、工具、设施以及服务的总和。

1.1.2 旅游交通的特点

旅游交通自身作为一个相对独立的产业也称为旅游交通业。旅游交通业有其自身的特点，作为一个交叉性产业，它还具有国民经济交通运输业的特征。简单来讲，旅游交通业具有以下特点。

1. 季节性

由于旅游本身具有较强的季节性，使旅游交通具有明显的季节性变化的特点。人们的旅游活动受季节、天气及休假时间的影响，一般在天气温暖的春秋季节，人们喜欢外出旅游，这就构成了旅游旺季，也是旅游交通的繁忙季节。在我国，每年的长假也给很多人带来出行的机会。近年来，人们已经改变了过去春节不外出旅游的传统习惯，利用春节的长假旅游度假，自然这期间旅游交通也就极为繁忙。如冬季出国旅游会选择东南亚地区，北方人喜欢到南方过冬，夏季南方人喜欢到北方旅游避暑。

然而，旅游交通服务是一个过程，生产和消费同步进行，不可储存。运输力量在一定的时期内是一个定值。当旅游旺季到来时，游客人数的变动必然导致旅游交通在运力方面的紧张，相反旅游淡季时运力还会过剩。对此旅游交通部门往往利用票价浮动的杠杆来调节旅游需求。如民航部门在旅游淡季对机票进行打折；铁路、公路和水运部门在旅游旺季提高票价调节客流。

2. 游览性

游览性是旅游交通区别于普通交通运输的最明显的特征。这一特征无论是在交通路线设置，还是在交通设施上都表现了出来。

首先，旅游交通一般只在旅游客源地与目的地间进行直达运输，在若干旅游目的地之间进行环状运输，使旅游者迅速到达，便于游览，使一次旅行能到达尽量多的旅游景点。

其次，在旅游交通的设施方面，旅游交通工具一般都装饰豪华，车窗宽大而明亮，便于人们领略沿途风光。现在一些城市之间开设的旅游直达列车，有的是豪华双层车，方便了来往于旅游热点城市间的游客，很好地体现了旅游交通的旅游性特点。

再次，某些特殊形式的旅游交通本身就是游览工具。例如，羊皮筏、游船、渡船、索道、缆车、轿子、滑竿、马匹、骆驼等，因其本身具有民族特色和地方风格，这些特殊的旅游交通工具既方便了旅游者，又能满足人们求知、求乐、求异、求奇的心理，对旅游者有很大的吸引力。

3. 区域性

旅游交通本身具有一定的区域性。旅游交通线路根据旅游客流的特性，集中分布在旅

游客源地与目的地以及旅游目的地内各旅游集散地之间，具有明显的区域特征。旅游交通从其运送游客的区域空间及人们的旅游过程来看，可以分为大、中、小3个范围。大范围的旅游交通是指从旅游客源地到旅游目的地所依托的中心城市之间的交通，它的地域空间主要是跨国或跨省。交通方式主要是航空、铁路和高速公路。中范围的旅游交通是指从旅游中心城市到旅游景点之间的交通。它的交通方式主要是铁路、公路和水路交通。小范围的旅游交通是指风景区内部连接各景点之间的旅游交通。其交通方式主要是徒步或特种旅游交通，如索道、游船、骑马、滑竿等。

4. 舒适性

旅游交通更强调舒适性。不管是飞机还是车、船，在车厢设施、服务质量、服务项目等方面，都追求舒适性。旅游交通工具如飞机、火车、汽车等，往往带有空调、音像设备、角度可调的高靠背椅等，这样游客在乘坐时能使身体得到休息、精神得以放松。这些完备的旅游交通设施可以为游客提供更舒适的旅游服务，使旅游者在完成旅游活动的同时，可以得到更好的休息环境。

1.1.3 旅游交通的主要类型

旅游交通可以划分为航空、铁路、公路、水路和特种旅游交通等基本类型。在旅游业中，对旅游交通的基本要求是安全、快速、舒适、方便、经济。各种类型的旅游交通由于运输方式的不同，都存在不同的弱点和局限性。因此，各类旅游交通方式应充分发挥各自的优势，更好地为旅游业服务。

1. 公路旅游交通

公路旅游交通是世界上最受欢迎的短途运输方式，其最大的优点是自由灵活、方便舒适，可以随时随地停留和任意选择旅游地点。公路交通的主要运输工具是汽车，汽车旅游是世界旅游交通发展的大趋势之一。目前在西方经济发达国家，高速公路密集成网，汽车普遍进入家庭，很多人喜欢驾车在国内旅游或到邻近国家旅游。随着我国高速公路网的修建，轿车越来越多地进入家庭，汽车旅游也表现出强劲的发展势头。很多地区的旅行社已经开展了自驾游的旅游项目，一些拥有轿车的家庭也会采取驾车自助出游的方式旅游。乘坐汽车旅游的优点是：对自然交通条件适应性强、可以任意选择旅游点、扩大旅游活动的范围；缺点是：运载量小、运费高、受气候变化影响大、污染程度高、安全系数低、适合于短途旅游。

2. 铁路旅游交通

铁路旅游交通是发展较早的一种交通，它的出现而促进了旅游业的发展，是现代空间位移的主要形式。在我国，铁路旅游交通一直居于主要地位，是国内的长距离旅游交通的主要旅行方式。铁路旅游交通的优点是运量大、速度快、价格低、安全系数高、连续性强、受气候条件影响较小，不足之处是灵活性差、建设周期长、建设投资大、耗能较大等。

由于航空、高速公路及汽车的发展，乘坐火车出游的游客大量减少。一些国家的铁路旅游交通的营业量已经大幅度减少。为了改变铁路旅游交通在竞争中的不利地位，许多国

家都在对铁路交通进行改革，如采取提高列车运行速度、增加旅游直达快车、发行旅游车票、改善列车乘坐条件、降低运输费用、实行夕发朝至、增加服务项目、减少停站等措施。保证游客旅途的舒适和在最短时间内到达旅游目的地，以此来减轻市场竞争中的压力。

3. 航空旅游交通

航空旅游交通在各种交通运输方式中历史最短、发展最快。它是各种类型旅游交通中速度最快、交通线路最短，可以跨越地面上的各种自然障碍的交通工具。它可以按旅行社的要求定时间、定航线，乘坐时舒适、安全、省时，因而深受旅游者的欢迎。航空旅游交通是远距离旅行的主要交通方式。

航空旅游交通分为定期航班服务和旅游包机服务。定期航班服务是航空公司在国内航线和国际航线上按照对外公布的航班时刻表飞行的航空服务；旅游包机服务是一种不定期的航空包乘服务业务，没有固定的时间和航线，可根据旅客的需要调整，方便了旅游者。尽管宽体载客飞机相继问世，使得飞机的载客量大为增加，也更为舒适。但是航空旅游交通也有其不足之处，飞机的购置费用太高，耗能大，运量相对小，受气候条件的影响大，只适合远距离、点对点之间的旅行，不适合做近距离的运输。因此航空旅游交通必须和其他交通工具相互配合、取长补短，共同完成旅游交通服务。

4. 水路旅游交通

水路旅游交通主要包括远程定期班轮服务、海上短程渡轮服务、游船服务和内河客运服务 4 种。在各种旅游交通的价格中，乘坐轮船的价格最为便宜，且远远超过了大型飞机的运载量。现代水路旅游交通中，游轮是一种比较受欢迎的交通工具。旅游客轮有“流动的旅馆”之美誉，游客不仅可以在游轮上食宿，因游船活动空间大，还配有各种大众娱乐设施，游客可以在船上享受悠闲舒适的旅游生活。在巡游过程中可以在不同地点登岸游览观光，也可以在船上尽情地观赏湖光山色、两岸美景。近几年，游船又有了新的发展，许多国家开展特色各异的游乐项目，借助游船来实现游客的跨国旅游。

水路旅游交通具有运载力大、能耗小、成本低、舒适等优点。大型的游轮一次可以运载数百至上千名旅客。其不利的方面是：行驶速度慢，受季节、气候和水域情况的影响，准时性、连续性和灵活性相对较差、时间较长。

5. 特种旅游交通

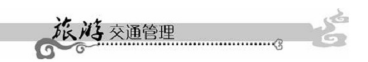
特种旅游交通主要是指为满足旅游者某种特殊需求而产生的旅游交通方式。它除了为旅游者提供空间位移服务之外，还可以满足游客的娱乐需求。根据其自身的特殊性，特种旅游交通可分为以下几类。

(1) 用于景点和景区内的专门交通工具，如观光游览车、电瓶车等。

(2) 在景点和景区内的某些特殊地段，为了旅客旅行安全或减少行走距离、节省体力而设置的交通工具，如缆车、索道、渡船等。

(3) 有探险娱乐及在特殊需要情况下使用的交通工具，如帆船、飞翔伞、热气球等。

(4) 带有娱乐性质，辅助旅游者游览观赏的旅游交通工具，如轿子、滑竿、马匹、骆驼等。



其优点是：因有些项目带有娱乐、观赏性质，可以提高旅游价值，进而招徕游客；还便于辅助老弱病残游客完成旅游活动。不足之处是有些特种旅游交通会造成与风景名胜不协调的现象。

1.2　旅游交通的作用与任务

1.2.1　旅游交通的作用

旅游交通是旅游业的重要组成部分，是旅游业发展的命脉。现代大众旅游之所以迅猛发展，除了经济发展、人民收入水平提高的原因以外，交通运输的进步也是重要原因。交通工具的改进解决了人们外出的时空矛盾，使人们进行长距离的旅行成为可能。因而，旅游交通是旅游业产生和发展的前提条件，是沟通旅游接待地与客源地及旅游接待地内各旅游活动场所之间联系的大动脉，是旅游外汇收入和货币回笼的重要渠道。旅游交通业在旅游业中具有举足轻重的作用，它与旅行社业、旅游住宿业并称为旅游业的“三大支柱”。

1. 旅游交通是旅游者完成旅游活动的先决条件

从旅游活动的规律来看，旅游者外出旅游时，首先要解决从定居地到旅游目的地的空间位移问题；到达目的地后，还要进行游览活动；游览活动结束还要及时返回客源地。如果没有交通作为先决条件，旅游者的空间位移难以实现，也就根本谈不上旅游。

历史上，旅游活动的发展都是以交通运输的发展为前提的。早期人类的旅游活动伴随着马、牛、驴和独木舟等交通工具的出现而产生。18 世纪中叶以后，工业革命导致了轮船、火车、汽车、飞机等交通工具的出现，从而为近代旅游活动的开展和近代旅游业的产生提供了必要条件。第二次世界大战之后，比较完善的现代交通运输体系在世界范围内已经形成，尤其是公路和航空运输的普及，促进了现代旅游业的诞生。

良好的交通运输条件可以促进旅游业健康、稳定的发展。凡是交通运输业发达的国家和地区，其旅游业也相对发达。美、英、德、法、西班牙、日本等交通运输业发展较早、基础雄厚的国家也正是旅游业发展最早、最发达的国家。我国国际旅游业首先发源于北京、上海、广州等交通运输业发达的航空口岸城市，然后再向交通运输业较为发达的其他大、中型城市蔓延。

2. 旅游交通是发展旅游业的命脉

旅游业通过为旅游者提供游览过程中所需的各种服务而创造社会效益和经济效益。没有旅游者，旅游业就失去了服务对象，无法创造社会效益和经济效益，也就失去了存在的必要性。

首先，旅游交通要承担旅游者在旅游客源地与接待地之间的运送任务，解决旅游者进出旅游接待地的对外交通问题。对外旅游交通一般是中、远距离运输，表现为某一客源地与某一接待地之间的直达往返运行形式，或是某一客源地与若干接待地之间的环状往返运行形式，其中国际旅游交通占有很大比重。

其次，旅游交通还要承担旅游者在旅游目的地内各交通站、饭店、餐馆、景点、商





店、文体娱乐场所之间的交通运输任务，解决旅游者在旅游目的地内的疏散问题。内部旅游交通一般是近、中距离运输，主要表现为交通站与饭店之间的直达往返运行形式，以及饭店与餐馆、景点、商店、文体娱乐场所之间的环形往返运行形式。

旅游交通畅通，旅游者才能“进得来、散得开、出得去”，旅游服务、设施和资源才能得到充分利用，从而保证旅游业正常发展，实现良好的经济效益和社会效益。否则，便会产生“瓶颈”效应，导致旅游服务、设施和资源的闲置和浪费，从而严重制约和抑制旅游业的发展。

3. 交通运输业是旅游收入和旅游创汇的重要来源

旅游交通是旅游产品不可缺少的组成部分，其外汇收入和货币回笼额在旅游业总收入中占有相当大的比重，因此成为旅游创收的重要渠道。在旅行游览活动中，饮食、住宿和交通3项费用是旅游者最基本的旅游消费，旅游收入主要来源于此。旅游交通是旅游者在旅游活动过程中使用最为频繁的服务，交通费用产生的收入在旅游业总收入中占有相当的比重，成为旅游业收入的重要组成部分。在我国，因距离主要客源国较远，我国疆域又非常辽阔，旅游交通费用支出的比重较大。旅游交通业是旅游业创汇的主要渠道，具有较强的创汇和货币回笼能力。

1.2.2 旅游交通的任务

旅游交通的任务是要解决旅游者在定居地与旅游目的地之间的往返，从一个目的地到另外一个目的地，以及在一个目的地内的各地区间便利往来的问题。对于旅游活动来说，交通无处不在。旅游者离开家前往旅游目的地，需要交通，到了目的地，在景点、饭店等场所之间的转移同样需要交通；而在景区内也同样需要交通，例如在九寨沟、黄山等著名风景区内都需要乘坐交通工具才能顺利完成旅游活动。当然旅游交通和普通的交通有时是无法区分的，从旅游业的角度来说，凡是为旅游业所利用、为旅游活动顺利进行所需要的交通都可称为旅游交通。

旅游不仅要解决往来不同地点的空间距离问题，而且更重要的是要解决其中的时间距离问题。旅游者乘坐旅游交通工具，除单纯为了体验交通工具的极少游客外，基本上都是为了解决空间转移问题，所以对他们来说怎样以最快的速度抵达目的地是最重要的，当然是在一定经济基础的前提下，这也就是时间距离。对旅游者来说，从事旅游活动需要足够的闲暇时间，如果耗费在旅途中的时间太长，会让旅游者不仅觉得疲惫，而且觉得时间成本太高。所以不能只看旅游者想要什么样的交通工具，而是应该关注旅游者真正想要从中得到什么。

1.3 旅游交通研究的对象与内容

1.3.1 旅游交通的研究对象

旅游交通的研究对象主要包括交通线路、工具、设施以及服务的发生、性质、特征、运动规律、影响等。旅游交通的研究对象之间存在一定联系，如图1-1所示。



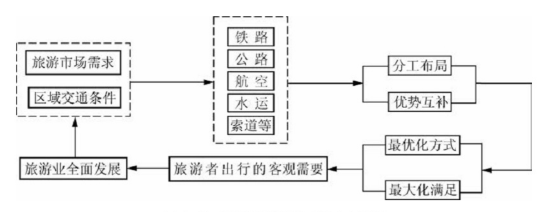


图 1-1 旅游交通研究对象内在机理

1.3.2 研究内容

一般来说，旅游交通的研究内容主要包括以下几个方面。

(1) 旅游交通的概念特点等基本理论。

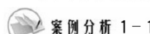
(2) 各主要旅游交通方式的特点、优劣势。

(3) 旅游交通与区域旅游业的适应性分析。

(4) 旅游交通服务与营销。

(5) 旅游交通发展规划。

(6) 国内外旅游交通发展趋势等。


案例分析 1-1

旅游车途中 13 名游客"被甩"

虽然从西部旅游回家已经 8 天，但参加北京首都旅行社畅想假期的 13 名游客，内心的怨气仍无法消除。在旅程最后一天，当地的旅游车将他们甩下。北京首都旅行社负责人否认出现"甩团"问题，并称因和当地旅行社就车辆价格问题未达成协议，所以同意旅游车从景点离开。

旅游途中车辆消失

2010 年 8 月 6 日上午 11 点，正在青海塔尔寺内游览的 13 名北京游客忽然接到陪同导游小刘的电话，电话里小刘焦急地告诉他们："出大麻烦了，你们赶快出来。"当游客们急匆匆返回下车的地方，却看不到旅游车的踪影。最终，他们在距离塔尔寺一公里的地方，找到了满头大汗的小刘和被扔在路边的行李。

按照大家与旅行社签订的合同，在西部旅游期间应安排空调客车。但 8 月 4 日抵达首站银川时，游客乘坐的是一辆车况很差的小客车。在数位团员的强烈要求下，直到第二天上午 10 点多，才更换成这辆带有空调的大客车。

旅行社负责此条线路的经理周飞表示，当时由于更换车辆产生了 4 500 元费用，"13 名游客坐一辆 51 座的大车，旅行社肯定赔钱。"周经理称，"当时是首都旅行社同意车辆离开的，但既然有陪同小刘跟随游客，就不能被认作'甩团'，这只是旅行社服务过程中出现的插曲。"

为赶火车耽误景点

当天中午，游客们希望旅行社能及时协调车辆将大家送到兰州。据多位游客证实，此时首旅负责人不再接听游客拨打的电话，只交待小刘处理问题。

为了不耽误返京的火车，13 名游客在当地包乘 4 辆出租车抵达西宁长途车站，再经过两个半小时长

途车颠簸，终于赶在5点半抵达兰州，而行程上兰州的两个景点更是泡了汤。

“合同上没有约定是一辆空调客车服务，长途车上也有空调。搭乘城市之间的公共交通工具，在旅游服务中属于正常情况。”周飞经理表示，对于延误的兰州景点，游客可以向旅行社进行追偿。

旅行社派大学生当全陪

游客们反映担当本次旅游陪同的导游小刘，是一名在校的大一学生，经验很少。前天，正在军训的小刘证实，陪同导游的工作其实是他利用暑期兼职打工，目前他已经和旅行社解除工作关系。周飞经理表示，小刘是该社实习导游，此次是带着其他人的导游证一路随行，“陪同的经验不够，处理问题与预计情况有偏差。”周飞说。

（案例来源：浙江在线 http：//gotrip. zjol. com. cn）

【案例点评】

旅游交通是旅游活动的重要组成部分。交通工具的准时、舒适与安全等因素影响着旅游者的满意度，因此旅游活动的组织部门有责任按照协议规定为旅游者提供相应的旅游交通工具，这也是保证服务质量、提高游客满意度的主要环节。

本章小结

本章内容主要是旅游交通的基本理论，主要涉及旅游交通的概念内涵、特点与分类、作用与任务等，最后对旅游交通的研究对象及研究内容进行了分析。

复习思考题

一、问答题

1. 简述旅游交通的概念。
2. 旅游交通的特点是什么？其主要类型有哪些？
3. 简述旅游交通的任务、作用。

二、名词解释

1. 旅游交通
2. 特种旅游交通

第 2 章　旅游交通发展简史

学习目标与要求

（1）了解世界旅游交通史各时期的发展形态。
（2）了解我国旅游交通史各朝代的发展形态。
（3）理解旅游交通发展过程中的推动因素。
（4）理解特种旅游交通的含义及方式。
（5）掌握世界旅游交通未来的发展趋势。
（6）掌握我国旅游交通未来的发展趋势。

导入案例

自行车的诞生

自行车究竟在哪个年代、由谁发明的很少有人知道，德国男爵卡尔杜莱斯是一般公认的自行车发明人，他在 1817 年制造出有把手的脚踢木马自行车，他在车子前轮上装了一个方向把手，这是人们第一次看到不需用马拉的奇怪车子，也是人们最早对自行车的印象。他的发明构想来自于溜冰鞋的原理，他想如果人们在两轮之上放个坐垫，人坐在上面两脚下垂交互踩踏前进，车子就能像溜冰一样前行了。他的木马自行车在 1818 年正式取得德国及法国的专利，成为自行车的开山鼻祖，这辆自行车是用木头制造的，靠人的两只脚在地上蹬前进，现今来看就像是木造的玩具木马，比现在的铁马重好几倍，这台木马自行车的发明对人类有极大的贡献。最早的木马车没有把手不能控制方向、不能转弯、只能直线前行，木轮的转动及停止完全靠双脚踢地来控制；杜莱斯把木制的车架跟把手装在车上之后，转弯或移动方向就更方便了，不必停止两脚踢在地上的动作，更不必提起车子移动方向。自行车等交通工具的出现改变了人们出行的方式，继而出现了人口的流动，于是旅游活动开始成为可能。

2.1　国外旅游交通发展历史

2.1.1　古代旅游交通的发展

1. 古代希腊的旅游交通

1）陆路旅游交通及工具

在古代希腊，为人们提供外出旅游的内陆道路和海上交通呈现明显的反差。境内多山又少河流的特点，决定了古代希腊内陆旅游交通和水上旅游交通都不怎么发达。由于希腊



是一个地形多样化的地区，地中海式地形和亚高山地形只相隔几英里，肥沃的平原与荒秃的山地交错，古希腊人外出旅游所依赖的主要交通工具是马。

2）水路旅游交通及工具

与陆上旅游交通相当糟糕的情形相反，古代希腊海上旅游交通却十分发达。由于古代希腊半岛三面临海，拥有世界上最曲折的海岸线，古代希腊人从这里出发，航海于爱琴海，东部可达西亚，北可入黑海，南可达埃及，西可达意大利。这种有利的地理位置便于希腊人发展航海事业和旅游事业。

与海上旅游发达的交通相适应，古希腊海上旅游交通工具也十分先进。早在公元前3000年前后，当地人就使用一种由考古学家称为“煎锅”的长方形小船，其与另一爱琴海文明分支克里特岛的米诺斯文明时期发现的黏土船模型相类似，为海上旅行提供早期的交通工具。

在克里特文明时代，古希腊人在手工方面的巨大成就之一就是能够制造出可以用于远航的大船。当爱琴海文明进入人们称之为“荷马时代”的阶段之后，古希腊的造船业有了进一步发展。古代希腊的海上旅游交通堪称当时的世界之最，为水路旅游交通提供了良好的基础。

2. 古代罗马的旅游交通

1）陆路旅游交通及工具

古罗马所在的意大利半岛由于受地理条件限制，山多平地少，在初期，陆上旅游交通并不发达；到了晚期，由于政治和军事的需要，开始大规模修建道路，陆上交通才发达起来，并到了高度发达的程度。所谓“条条大路通罗马”就是对罗马的道路建设非常形象的概括。这为古代罗马人的旅行提供了良好的保证。

古罗马的陆上旅游交通工具主要是马车。罗马人受希腊人影响，早在“王政时代”就已经知道制造马车和战车，为后来人们外出旅行提供新的交通工具。马车作为重要的旅游交通工具活跃于罗马人精心建造的道路上。

2）水路旅游交通及工具

古罗马所在的意大利半岛水上交通不太发达，大河流较少，只有作为罗马母亲河的台伯河相对较长，罗马帝国的首都就建立在台伯河畔的小山丘上，因此古罗马人非常重视水上旅游交通的建设。

由于受地理环境如良港稀少、附近岛屿不多以及航海技术和设备不如周边民族发达的影响，古罗马在帝国建立之初的海上旅行事业不发达，但伴随着古罗马一系列军事扩张的胜利，在地中海变成了帝国的“内湖”之后，海上旅行及运输便发达起来。古罗马海上旅游交通工具也较为先进，为适应日益发展的海上贸易的发展，古罗马早在共和国时期建造了各种各样的货船。公元2世纪，随着坚实商用船的问世，罗马的地中海式船舶设计达到了一个比较稳定的水准。旅游活动随之发展迅速。

3. 西欧中世纪旅游交通

1）陆路旅游交通及工具

从整个历史的发展进程看，交通始终起着支配作用。它是人们实现旅行活动的必要手

段，是旅游业发展的命脉，是保证旅游活动顺利实施的物质条件之一，西欧进入中世纪后，罗马人出于政治军事目的而苦心经营建立起来的四通八达的公路网遭到致命的破坏。幸存下来的道路也因无人管理而日渐损毁，因此，在西欧中世纪初期，陆上旅游交通很不发达。

这种不景气的状况直到 11 世纪城市重新兴起之后才有所改观。为了促进城市与乡村的商业沟通，使更多的乡村居民来购买商品和旅游出行，一些比较富裕的城市开始投资兴建新的道路。13 世纪，人们对建筑桥梁似乎比修路的兴趣更大，没有桥梁，巨大的河流就成为出行旅行者巨大的障碍。因此修建的桥梁在当时为人们外出旅行提供了方便。

2）水路旅游交通及工具

西欧的水路旅游交通是随着运河与海运的兴起，到 11 世纪城市兴起才逐渐得到复苏的，为了使城市的商品能够顺着河流销往各地，重新崛起的城市开始出资疏通被堵塞的河流。在海运方面，意大利一些较为富裕的城市如威尼斯等，重新恢复了东西方海上旅行交通。从 15 世纪开始，西欧人开始来寻求海上航线之路。于是西欧直达印度、中国、美洲，以及环球的新航线最终被开辟，国际旅行业也上了一个新台阶。

但罗马帝国解体以后，西欧内陆旅游交通在整个中世纪没有太大的发展，甚至包括英国在内的一些地区也没有任何进展。

4. 阿拉伯中世纪旅游交通状况

阿拉伯半岛绝大部分是沙漠和草原，这部分地区称为“内志”。半岛上土地贫瘠，气候干燥，缺少林木，适于农耕的只有少数阿拉伯绿洲和西南部的也门，因此半岛西部也门一带也有“阿拉伯乐园”之称。居住在阿拉伯半岛上的居民大多是“贝都因人”，意为“沙漠居民”。他们在进入中世纪时，绝大部分还是逐水草而居的沙漠游牧民，处于原始公社制阶段。

1）陆路旅游交通及工具

阿拉伯半岛的自然环境、居民生产生活的性质以及所处的社会形态，制约了阿拉伯在中世纪社会陆上旅游交通的发展，尤其是半岛的中、北部地区的旅游交通的发展，但由于它处于欧、亚、非三洲的优越地理位置，尤其是阿拉伯半岛西部红海沿岸被称为“汉志”的地区，自古以来就是东西方交通要道，因此从总体看来，阿拉伯在中世纪陆上旅游交通还算发达。

阿拉伯半岛的主要交通工具是素有“沙漠之舟”的骆驼。阿拉伯半岛大多为沙漠，骆驼是阿拉伯半岛不可或缺的交通工具。除了能运载商品和其他货物以外，骆驼是可以载人的。著名的陆上丝绸之路所依赖的主要交通工具便是骆驼。在整个阿拉伯社会中世纪，骆驼是商旅最忠实、最得利的工具。从某种意义上来说，没有骆驼，就没有中世纪远距离的国际陆上商务旅行和旅游活动。

除骆驼以外，马也是阿拉伯半岛重要的交通工具。马虽然因自身原因的局限，不能从事远距离的国际旅行与贸易，但是在阿拉伯半岛的绿洲、平原与汉志一带，马和以马作为动力的马车，依然是最重要的陆上旅行交通工具。

2）海路旅游交通及工具

在阿拉伯帝国时代，国际海上交通十分发达。广州“通夷海道”的出现就是例证。所



谓广州“通夷海道”，指的是从广州出发，经南海到阿拉伯人控制下的波斯湾乃至更远的海上航线。

阿拉伯在中世纪社会里，虽然陆上旅游交通并不发达，但是海上旅游交通工具却极为发达。阿拉伯人进入中世纪后，已经掌握了一定的航海技术。阿拉伯的一些航海技术也来自于中国，在中国使用指南针导航不久，指南针就被阿拉伯海船采用，并经阿拉伯人之手传到了欧洲大陆。

然而，需要指出的是，尽管阿拉伯人在中世纪的造船技术、航海技术等方面取得了一定的成就，但还是不能与同时期的中国相比。《马可波罗游记》记述了他所看到的中外海船情况：阿拉伯的船小，一桅一舵，没有铁锚，造船木料坚脆，铁钉钉不进去，容易断裂。船底不涂沥青，只用鱼脂油，船不坚固。中国船只多桅多舵，有铁锚，造船木料精选。船底涂沥青，比较坚固。的确，在中世纪社会里，中国是造船和航海技术最发达的国家，郑和七次下西洋就是例证。

2.1.2 近代旅游交通的发展

交通是旅游的前提，世界近代旅游是建立在近代旅游交通发展的基础上的，与旅游交通的改善有着密切的关联。近代旅游交通是在古代旅游交通的基础上发生了根本性的变化的。陆上道路与水路得到了一定的改善，尤其是出现了新的道路系统——近代意义上的公路和铁路。陆上交通工具马车被火车、汽车所代替，水上以蒸汽机为动力的汽船代替了以风力为动力的帆船，同时还出现了空中交通工具——飞机。

1. 近代旅游交通系统

1）陆路旅游交通的出现

英国工业革命开始的时候西欧和北美的道路还很差，所谓道路不过是长年积累出来的便道罢了。利用马力载客运输的交通工具——马车，行驶速度缓慢。18 世纪晚期，苏格兰人约翰马卡丹设计了新的筑路方法，这种道路因取其最初设计人的姓氏，简称“马路”。它为人们的出行提供了方便。

用于出行的公路和铁路也是伴随着英国工业革命的进程而产生的。尤其是蒸汽汽车、蒸汽火车机车的发明，使得旧式的道路越来越不适应人们外出贸易和旅游等的需要，于是近代意义上用于人们出行的公路和铁路应运而生。美国公路系统开始大改进并建立了公路网，从而确定了今天汽车在旅游业的霸主地位。

旅游交通运输革新中影响最大的是火车机车的发明和铁路的修建。19 世纪三四十年代，英国进入铁路时代，1839 年开始通过铁路运送旅客，大大方便了人们外出旅游。

2）水路旅游交通的发展

1775—1850 年，欧美修筑运河运送游客风行一时。英国到 1790 年河流和运河已构成水运网，经河道可以到达英格兰各个地区；在美国，1817 年开始开凿伊利运河，沟通了五大湖和哈德逊河。此外在欧美各国，出现了作为水上旅游交通发展历史见证的建筑——码头和港口，它们既为船舶靠岸提供了方便，也为人们旅游休闲提供了好去处。

美国于 1639 年建立罗德岛港，该港成为美国海上旅行船只停泊靠岸的主要港口，该港口怡人的气候，使得该地区成为人人向往的夏季娱乐和健康旅游胜地。

2. 公共交通工具——蒸汽机与蒸汽机械交通工具

就完整的旅游活动来看，旅游交通业的构成除了专业性的旅游交通外，还应包括公共交通。因为它们也都承担着旅游者的运送任务。火车、轮船、汽车和飞机是构成公共交通最基本的4种运输方式。在旅游者旅游活动中使用最广泛的是公共交通，所以旅游交通是同整个运输系统联系在一起的，与通常所指的交通运输之间很难划出一个明确的界限。

1）公共交通工具出现的背景

工业革命导致了一系列行业都迅速地实现了机械化大生产。随着机械化大生产和殖民贸易的迅速扩张，一方面需要运输大量的原料，另一方面大量堆积如山的产品要及时运往各地销售。以往使用的马车显然无法适应日益繁重的运输任务。交通工具的改革问题突出地摆在了世人的面前。在这种背景下，19世纪火车、轮船的问世，直接导致了近代旅游业的诞生；19世纪末内燃机的发明、汽车的出现和普及推动着旅游活动和旅游业的不断扩大，近代旅游开始向现代旅游过渡。

2）公共交通工具的新动力

火车作为产业革命的产物，是陆地上最早出现的近代旅游交通工具，1814年斯蒂芬孙制成第一台蒸汽式机车，它的建成与投入运营，对世界旅游也产生了巨大的影响。火车运载量较马车大得多，火车沿钢轨运行，沿线有严密的管理系统，安全有可靠的保障。火车又是全天候的交通工具，受气候影响很小，可以保证一年四季、昼夜不停地按时运转。火车这些优点以及良好的服务，很快就吸引了大量的低收入者，铁路迅速替代了马车成为主要的旅行交通工具，也为欧美国家未来大规模的全民旅行奠定了坚实的基础。

蒸汽机的出现为汽车作为主要旅游交通工具的问题提供了前提，汽车与火车相比到达目的地更加便捷，且随时可以启动，时间上更加自由，因此19世纪蒸汽机的黄金时代也是汽车成为重要的旅游交通工具的标志之一。汽车目前是世界上使用最多的交通工具。但在相当长的一段时间内，它由于存在载客量小、安全性能差、不能适应长距离旅游等缺点，因而在旅游交通工具中一直处于从属地位，直到19世纪内燃机汽车大量出现与普及之后，汽车旅行才因其固有的优势逐渐发展起来。

3. 空中交通工具——飞机

在近代陆上与水上旅游交通工具取得突破性进展的同时，空中旅行工具也发展起来。1911年，德国汉莎航空公司开通了世界上第一条民用航线，即柏林—莱比锡—魏玛航线，这家航空公司就是后来的德国汉莎航空公司。现在，它已经是国际主要的航空公司之一，更是欧洲游客外出的主要途径之一。

1926年，美国成立了第一家航空公司——瓦利(Varney)公司。仅仅11天后，它又成立了西部航空公司，之后成立了美国联合航空公司。目前世界各国的长途旅游业务主要使用国际航空业务作为基本途径。

2.1.3 世界现代旅游交通发展史

第二次世界大战之后，世界现代旅游交通在世界近代旅游交通的基础上进一步发展起来。这一阶段里，虽然很多国家仍将乘坐火车和轮船视作重要的旅行方式，但是就世界范



围而言，特别是在经济发达国家，这两种旅行方式已经逐渐被汽车和飞机所取代。为此，为适应个性化出游的需要，古老的和现代的交通工具在旅游中都被人们广泛使用。

1. 路上近距离旅游工具——汽车

在世界现代旅游史上，汽车是陆上近、中距离旅游使用最多的工具。进入 20 世纪，机动交通工具的发展使得自驾车度假和乘坐长途车的大众旅游成为可能。汽车开始在欧美国家普及。但到了 20 世纪 30 年代第二次世界大战爆发，大量汽车投入战争，加上旅游环境恶化，使得汽车旅行受到重创，这种不景气的状况直到二战结束之后才发生根本性变化，汽车旅行得到了空前发展。

促使战后世界汽车旅行大发展的原因是多方面的，就客观原因而言，主要有以下几个方面。

（1）二战以后，世界趋于稳定，虽然局部战争时有发生，但和平始终是世界的主流，这就为汽车旅行提供了良好的社会环境。

（2）二战以后，为医治战争创伤，各国政府采取了积极的复苏策略，经济迅速好转起来。

（3）战后科技得到了迅猛的发展，交通运输工具和运输线路不断完善，公路网的建设使得绝大多数旅游景点都与公路相通，缩短了旅游时间。

（4）带薪假期的出现。

二战以后，汽车旅行主要有公共汽车旅行和驾车旅行两种方式。

公共汽车旅行是现代旅游较为普遍的一种方式。为满足旅游者的需要，战后各国政府交通部门推出了可供游客选择的多种交通工具，包括长途特快汽车、长途包价汽车、城乡之间的旅游专线车、机场出租车和机场大巴、城市和乡村的观光车等。其中，最重要的是长途特快汽车。这种交通运输方式通常依据轴心原理，把大城市中的一系列重要的区域建设为旅游集散地，同时也建设一些深入边远地区的交通基础设施，以便于其他地区的人口流入这些旅客集散地。

公共客运汽车在提供旅游服务特别是近距离旅游服务方面有着重要的优势。因为汽车客运的经营成本较低，价格也相对低廉，对中、低阶层次的旅游消费者有吸引力。长途特快汽车的发展为战后国内旅游度假蓬勃发展兴起奠定了基础。

第二种方式是自驾私家车旅行。战后欧美各国拥有私人汽车的家庭比例逐步提高，驾车旅游者人数也在增加。这之所以成为一种风尚，主要原因有以下几点。

（1）私人汽车外出旅游自由度大，何日启程、何时停车，作息时间、计划完全由自己支配，不受时间限制。

（2）旅行灵活度大。汽车旅行机动灵活，对各种自然条件有较强的适应性。

（3）可以充分享受旅游的乐趣和大自然的风光。私人外出旅游可以携带如小汽艇、帐篷等游乐设备。

（4）出行效率较高。小汽车速度快，可以在看完一个景点后迅速转移到下一个景点，大大提高了单位时间观赏的数量，提高了效率。

总之，私家车的贡献在于，在不依赖交通条件的前提下，旅游者能够按照自己的意愿组织和设计适合自己的旅游线路和行为方式。私家车几乎是一种完美的交通工具，既有户

到户的灵活性，又有欣赏风景的良好视野，还可以提供交通过程中的娱乐活动。

但是，汽车旅行的缺点也不容忽视：载客量小，安全性能差，不能长时间适应长距离旅游，尤其是汽车容易造成旅游地的拥挤和环境污染，而私家车作为一种使乘坐者享有对出游时间和地点最充分支配权的交通工具，对其进行管理是一项艰巨的任务。私家车的增多使得即使受到严密监控的重要景区内的环境质量也变得难以控制。

2. 空中旅游交通工具——飞机

由于航空旅行是一种新颖的旅行方式，因此，它引起了各国政府的关注。值得注意的是，第二次世界大战以前航空业虽然取得了一定的进展，但与当时蓬勃发展的火车旅行相比显得很低迷，主要原因在于本身安全性能差、游客有恐慌心理，飞机票价较高等。这种不景气的状况到了 20 世纪 20 年代得到了改观。这一时期，体型较大并较为安全的客机开始投入使用，从而使航空旅行的吸引力越来越大。二战的爆发虽然使旅游业陷于停顿，但从另一方面看，这场战争也加速了飞机技术的发展和机场的改善，为战后飞机旅行的发展奠定了基础。喷气式飞机、大型客机都开始进入国际航线，不仅使旅程大大缩短，旅途中更是舒适、安全、方便，使全球性大规模旅游成为可能。

空中交通工具的进步促进了旅游业的发展，原因在于：①民航运输的发展使飞机速度提高，大大缩短了旅行的时间；②减少了旅游的交通费用。民用喷气式客机在运费方面优势更加明显，大型客机使得旅客运输的“批发”成为可能；③省时。飞机能够实现两点之间路径最短的直线运输，不受地面任何障碍物的影响。④安全。现代喷气式民航飞机技术性能优良，安全性大大提高。

总之，飞机速度提高，票价降低以及省时、安全等特点使得更多的人选择乘坐飞机出行。这就为大规模的国际旅游发展开辟了道路。

但飞机旅行也存在诸多不足：一是飞机受天气影响较大。二是运输成本较高，运载量小，因此飞机的票价相对比较昂贵。三是飞机旅行只能实现点到点的旅行，地面旅行不能展开。四是飞机一旦失事伤亡相对较大，影响也较大，造成空中旅行不如地面旅行安全的印象。

3. 陆上远程旅游的主力军——火车

火车作为工业革命的产物，是陆地上最早的近代交通运输工具。它见证了近代旅游和现代旅游发展的过程，因此，火车本身具有一定的历史感和文化感。火车在工业革命之后的很长一段时间内为游客所青睐。但由于火车的速度远不及飞机，在灵活性和普及性上远不及汽车，因此就是世界范围来看，火车在游客外出旅行尤其是长途游客旅行中的地位不断下降。

然而火车有许多其他交通工具不具有的优点：一是旅行费用低，由于运载量大，运输成本相对较低，因此火车票价比飞机和汽车便宜；二是客运能力强，每列客车运载量一般可达上千名；三是受气候影响小；四是安全可靠，货车沿钢轨运行，沿线有严密的管理系统，安全有保障；五是环境污染小，火车采用内燃机作为动力，污染小。

欧美大多数政府都对国际铁路客运交通网络给予强有力的支持和政府补贴，为游客提供特别的服务。面对交通工具的挑战，近 20 年来许多国家还在改善火车交通服务条件、



提高服务质量上下工夫，其中最重要的是为适应游客的需要，开辟了观光专列和专项旅游列车。一系列观光列车和专项旅游列车项目，使铁路客运本身成为一项特定的旅游项目或者旅游内容，促进了火车旅游的大发展。

4. 水上旅游交通工具——轮船、渡船、豪华游船

轮船作为近代交通工具之一，曾对旅游业的发展作出过巨大的贡献。20 世纪 50 年代之前的半个世纪，远程班轮曾经是洲际旅游的最主要交通工具。欧美两大洲之间的国际旅游十分盛行，1897 年到美洲大陆访问的英国游客超过 50 万人，而往返于大西洋的远程班轮则是大规模跨海旅游的唯一交通工具。20 世纪 50 年代以后，由于轮船旅行存在着速度慢、灵活性差等缺点，与此同时发展起来的民用航空迅速普及，使得远洋客运走向衰落。

但是轮船旅行的优点也很突出：一是轮船的客运能力大，是所有交通工具中运载能力最大的；二是轮船本身的运输成本低，票价便宜；三是轮船运行自由、舒适、悠闲。因此尽管市场份额下降，但它仍然是现代人喜爱的旅游出行方式之一。现代水上旅游交通工具一般分为 3 种：渡轮、内河游轮和海上游轮。

1）渡轮

地理因素决定了某些旅游目的地之间主要依靠渡船交通。渡轮作为世界上最古老的交通工具，在世界上很多国家都出现过，它无论在古代还是现代旅游中都具有一定的重要性。从罗马时代开始，就有很多关于英国多佛尔与法国加来之间的渡轮业务的记载，中世纪的历史记载也可以证明渡轮的存在。但是，真正意义上的“客运产品”则是在二战以后。

20 世纪 90 年代以后，欧洲最大的旅游交通工程之一的“海底隧道”的开通，给渡轮业带来了新的竞争。渡轮业采取了与旅游产品合营的方式，取得很多意想不到的效果。比如，伦敦西部一家著名的餐厅——兰根啤酒馆搬到了渡轮上，吸引了很多游人的注意。这些旨在提高旅游质量的投入保证了渡轮公司的市场份额，优良的服务和基础设施也受到游人的好评。迄今为止，欧洲渡轮游仍然是旅游业一道亮丽的风景。

2）内河旅游观光船

人类历史上为满足交通需要，修建了大量的运河并开辟航道。尤其是英国、爱尔兰以及北欧国家，历代国王都非常重视修建运河，因此内河航运成了世界上又一特殊的旅游交通方式之一。

进入现代社会，随着观光旅游热不断升温，游览观光船作为独家的一部分，市场规模在不断扩大，人们开始逐渐认识到这些古老运河的旅游价值。于是人们根据这些河道特点设计了适合于其中的游览观光船只。这包括内河游艇和小型娱乐游船，它们的功能是运载游客观光旅游，但更多的是被看作目的地的自身旅游产品，较少被认为是交通工具。游船租赁业务应运而生，统计数据表明游览观光船这种运输方式是可持续发展的。但是它对环境的破坏也值得关注。

内河客运作为旅游交通的重要组成部分，在 20 世纪末开始向游船方向发展，世界上一些著名的大江、大河和湖泊的水上游览业务十分繁忙。轮船旅行不仅成为现代化的旅游交通工具，而且也成为一种专线旅游项目。

3）海上游轮

游轮被认为是一种度假旅游产品，同时也是交通工具。海上游轮的发展大体经历了小

型专用船只、大型的大众游船和豪华游船 3 个时期。

第二次世界大战以后，海上旅游交通有所改观，出现了快艇和飞翼艇，这就是小型专用船只的雏形，但海上气候的反复无常，乘坐小型专用船只要冒很大的风险，不少游客不喜欢或者不接受，而商务游客更是选择其他的旅游交通方式，所以小型专用船只因市场太小而被淘汰。

20 世纪八九十年代，大型高速游轮问世。由于这种游轮既提供交通服务又提供住宿等接待服务，活动空间宽敞，还有很多娱乐设施，在亚洲海域还有一部分游轮提供赌博服务，被称为“漂浮的旅馆”而受到游客的喜爱。近十年来，新型的现代化游轮接连不断地投入使用，世界上还出现了载重量超过 10 万吨的大型豪华游轮。这些豪华游轮的问世，在极大地创造着经济效益的同时，也带来了全球游轮旅游的复兴。在新千年里，乘游轮巡游已经重新成为一种豪华旅游项目，现在这种旅游形式使更多的人有更多的机会享受五星级的度假服务。

目前，就世界范围来看，欧美一些洲际和环球豪华游船的海上巡游比较盛行。海上巡游过程中，人们既可以在不同地点登陆靠岸，观光旅游，又可以随时回船休息，免除了每到一地后上下搬运行李和寻找旅馆的麻烦。而且游船上设施齐全，服务周到，因此海上巡游是一种特殊的豪华旅游形式，实际上更是一种充满舒适、休闲的高级度假。

目前，水上巡游是旅游业中发展速度较快的一个领域，无论是游客、游船还是游客承运量都迅猛发展。然而由于乘豪华游轮巡游价格昂贵，耗时较多，主要是针对富有和高层旅游市场，收入一般和闲暇时间较少的旅游者难以享受。因此，参加人数最多的还是内河上的巡游。

5. 特种旅游交通

特种旅游交通是指除人们常用的 4 种现代旅游交通方式之外，为满足旅游者娱乐、游览的需要而产生的特殊交通旅游方式。特种旅游交通方式就类型而言主要有蓄力交通工具、风力交通工具、人力交通工具和机械交通工具 4 种类型。

(1) 蓄力旅游交通工具。蓄力旅游交通工具是指包括马、牛、驴、骆驼等以蓄力为动力的各种拉车(如马车、牛车、骆驼车等)和爬犁(如马、狗等拉的雪橇和冰爬犁)。这些交通工具曾是古代旅游者外出所依赖的主要交通工具，但由于其在某些特定环境下，加上这些交通工具本身还体现了人与自然协调的思想，特别符合人们亲近自然、回归自然的心理需求，反映了一定地区的民族特色，可以满足人们求新、求奇的旅游心理，用它们做旅行工具往往更具有娱乐性和享受性，加上生态环境日趋恶化，动植物种类正在逐渐减少，对长期生活在大城市的旅游者来说，这类交通工具就显得非常有意义。因此在现代旅游中，它们依然是游客喜爱的特种交通方式，只不过与古代不同，虽然它们在一定程度上可以起到交通工具的运输作用，但绝大多数情况下，它们是以旅游服务或者旅游项目的面目出现的。

(2) 风力旅游交通工具。风力旅游交通工具类包括帆船和冰帆、热气球等以自然力为动力的交通工具。帆船和冰帆是传统的风力交通工具，一般属于个别地区原始传统的生产工具，而热气球是现代风力交通工具，它们既可以满足旅游者增长知识和追新猎奇的心理，又在一定程度上反映出历史文化和现代风情，因而在现代海上旅游和空中旅游中也被

不少游客使用。

（3）人力旅游交通工具。人力旅游交通工具也包括自行车、黄包车、三轮车、手划船和滑竿等，也是现代旅游不可或缺的旅行工具。自行车是依靠体力和机械功能最好的交通工具。在许多国家，骑自行车旅游已经成为一种很好的旅游形式，特别是那些对自行车交通线路进行了重点规划建设的国家。欧洲是自行车旅游最为盛行的地方，在英国，1979年建立了“交通可持续发展部”，负责协调英国的国家自行车道路网络工程建设。英国自行车道路网络规划已被纳入旅游景区所覆盖的范围，并将这一项工程扩展到欧洲。英国交通可持续发展部认为，通过欧洲自行车道路网络工程，骑车将在整个欧洲普及开来。目前阿特兰斯提到西班牙卡迪兹全程长达5 000km的自行车道已全线开通。

骑游是一项深受旅游者喜爱的娱乐消遣活动，如今，世界上很多城市都在市区内的现在建筑群内建造了专门的自行车通道以供骑游爱好者使用。另外，自行车旅游具有的自由灵活、无污染、健身、节能等特点极其适合短途外出，也适合城市旅游，前景非常广阔。

（4）机械旅游动力车。机械旅游动力车包括缆车、机动船(含气垫船)、摩托车等。

缆车又称索道，是使用驱动机带动钢丝绳牵引缆车车厢，在距离地面一定高度的空间运行的一种交通方式，多用于山岳、滑雪场、游乐园等风景旅游区。缆车具有爬坡角度大、能缩短距离的特点，对自然地形适应性强，可以将人或者货物送到其他交通工具不易达到的地方，使旅游者的游览变得十分方便。同时，由于缆车在距离地面一定高度运行，空中观景别具情趣，并且会产生某种紧张和刺激的感觉，从而增添了旅游地的吸引力及旅游活动的乐趣。因此，缆车也是特定旅游环境下不可或缺的旅游工具。

然而，需要指出的是，缆车建设涉及面广，对风景区的植被、生态环境及自然景观有一定的破坏和影响，所以建设缆车一定要进行可行性论证和环境影响评估，精心设计和施工，才能最大限度地控制缆车建设带来的负面影响。

机动船有载客、载货甚至载汽车的摆渡船、运输船和气垫船，也有供游览用的游船、游艇和摩托艇，它们都因能够泛舟水上令游客体验新奇感而受到偏爱。

摩托车对路面宽度要求不高，能满足年轻驾驶者的冒险欲望，摩托车往往为游客自己所有，有较大的灵活性，但因体力消耗、燃料携带有限等特点，只有少数年轻人采用此种旅行方式。

特种交通工具功能各异，对旅游交通运输起着补充作用。大部分特种交通工具与其说用于运载不如说用于游乐更合适。因为它们各具特色，有较强的历史和地方风格，往往是为了配合旅游区的开发和旅游活动的开展而设置的，故多分布局旅游景区或者景点内，但由于多种因素的影响难以推广普及。

2.2 中国旅游交通发展简史

2.2.1 中国古代旅游交通

中国是一个陆疆广大、河湖众多、海域辽阔的国家，有着发展水陆交通的优越条件。几千年来，生活和繁衍在这片神州大地上的勤劳勇敢的中华民族，在同自然作斗争，同压

迫他们、剥削他们的人作斗争的过程中，不仅开创了水路交通的光辉历程，而且写下了陆路交通的悠久历史，用他们的聪明才智和辛勤劳动谱写出世界古代旅游交通史上最壮丽的篇章。这里先从各个朝代旅游交通的状况和各种旅游交通方式的变迁两个角度，对我国古代旅游交通史的概貌作简要介绍。

1. 各个朝代的旅游交通发展

现代意义上的旅游主要指为消遣目的而进行的空间移动，但古代的位移一般都是以商业或传递政府政令等目的进行的，因此古代旅游交通和公共交通发展轨迹基本一致。具体来说，我国古代交通事业的发展过程，从远古时期到清朝末年，大致可以划分为以下 5 个阶段。

（1）先秦时期，我国古代旅游交通初具规模。早在 3 000 多年前的商朝，有了“车马”、“步辇”和“舟船”等旅行交通工具。到了春秋战国时期，中原各国陆路旅行交通纵横交错，还沿途设立了驿站，可以说是旅馆的雏形。水路旅行不仅利用天然河道，而且相继开凿了许多人工运河，用于运输和王公贵族的出行。

（2）秦汉时期，水陆旅行交通形成全国网络。秦始皇统一中国后，颁布“车同轨”的法令，车辆可以畅行各地，陆路旅行交通工具得以统一。汉朝开辟了经西域通往西方的道路“丝绸之路”，是中国古代旅行和商贸的重要通道。汉朝则开辟了沟通世界两大帝国——东方的汉帝国和西方的罗马帝国的海上旅行航线。

（3）隋唐时期，我国水陆旅行交通进入了一个新的历史阶段。隋朝时完成了贯穿南北的大运河工程，这是世界上开凿最早、规模最大、里程最长的运河。唐朝京都长安发展为国内外重要的交通枢纽和中心，是世界上最大的都市之一，也是世界各国旅游者出行的主要目的地之一。唐朝时海上贸易逐渐发展起来，开辟了新的海上航线，海上旅行也应运而生。

（4）宋元时期，古代旅行交通进入鼎盛时期。宋朝将指南针应用到海船上，使航海技术大大提高。宋朝已把帆船作为海上旅行交通的重要工具，旅游者从广州、泉州等地出航，可行至东南亚、印度洋以至波斯湾。

（5）明清时期，我国古代旅游交通日趋衰落。这一时期在旅行交通史上最重要的事件，就是明朝大航海家郑和于 1405—1433 年先后 7 次渡洋远航，把我国古代航海旅行活动推向了顶峰。

2. 旅游交通方式的变化

1）车、路的出现

早期人类在旅行方面的一项大变革是懂得驯养牛、马、骆驼和大象等动物，用它们代替人力运送货物，还供人骑乘外出。车出现后，为了加快运送速度和提高负荷量，便有了修筑道路的要求。秦始皇统一六国后，更是大修驰道，“车同轨”，兴路政，使车辆直达全国各地。汉朝时期张骞、班超出使西域，开辟了通往西方的“丝绸之路”，为人们外出旅行提供了可能。

2）造船和航运的兴起

商朝时期，封建王公贵族的外出游玩活动逐渐增多，出游、出巡等不同方式的旅游活



动使得内河船只制造业有了较大发展，黄河、长江和珠江领域已有较大规模的内河船。人类在利用天然的内河、湖、海航运的同时，接通天然河道，扩大航运范围。汉代楼船的出现是我国古代造船技术初步成熟的标志。汉代船舶技术的进步还表现在橹、舵和布帆等的发明和应用上。我国古代的造船和航运技术，长期在世界上保持着领先地位，内河和海上旅行古代也曾盛极一时。

3）机动运输工具的传入

1840年鸦片战争以后，帝国主义把铁路等新型运输方式作为侵略工具传入了中国。

19世纪30年代，中国的海上旅行运输中出现了由英国制造的蒸汽机船。中国第一条铁路是由英国商人于1876年修筑的淞沪铁路。完全由中国人自己筹办的第一条干线铁路，是由杰出的工程师詹天佑主持设计和施工并于1909年建成通车的京张铁路。

在中国，汽车初见于上海，是在1902年从国外运进的。汽车运输要求修筑路面坚硬的公路。中国的公路始于1908年修筑的广西龙州到那堪之间的公路，但没能全线通车。航空运输出现得比较晚，著名飞行家冯如1909年制成了我国的第一架飞机。20世纪20年代初，北京和天津之间，开始了正式载运旅客的航空运输。随着交通方式的逐渐完善，机动运输工具开始广泛应用于游客出行当中。

2.2.2 近现代旅游交通发展史

中国近现代交通业经历了3个发展阶段，即1949年以前的初创阶段，1978年以前的恢复与发展阶段，以及以后的大发展阶段。

第一阶段，旅游交通运输活动只是零星进行。

第二阶段，旅游交通运输形成一定规模，但主要用于以政治、外交为目的的旅游接待。

第三阶段，旅游交通形成较大规模，并开始由政治接待型向市场经营型转变，由计划经济向市场经济过渡。进入20世纪90年代，中国旅游交通业在社会主义市场经济条件下得到迅速发展，基本上形成了包括旅游公路和旅游汽车、旅游航线和旅游包机、旅游航道和游船，以及旅游列车和列车旅游包厢在内的，具有一定旅游客运和游览运输能力，并相对独立的国民经济产业。

1. 近现代水运旅游交通

1840年以来，战争不断使得国内的旅行业基本处于停滞状态。列强几乎完全控制了中国当时的水路交通。日本侵华战争给刚刚兴起的中国现代水运旅行业带来沉重灾难。抗日战争期间，国民党政府的船舶曾避难于海外。1949年11月1日中华人民共和国中央人民政府交通部成立。至1949年底，中国新建大型沿海港口48处，万吨级以上泊位15个。到1978年，中国共建设大型沿海港口泊位187个，其中万吨级以上泊位100个。20世纪80年代以后，交通部开始进行水运管理体制的改革。这期间水运旅游交通的主要目的是运输有公务在身的人员的流动，人数并不多，因此能够满足旅游者的需求。

2. 近现代铁路旅游交通

1876年，英国商人在上海至吴淞之间修筑了中国第一条营业铁路，1905—1909年，

由中国工程师詹天佑主持设计施工的北京至张家口铁路建成通车，该铁路全长 204km。詹天佑创造性地使用了人字线路和列车自动挂钩，比原计划提前 2 年高质量完成了全部工程，在中国乃至世界铁路建筑史上创造了奇迹。1876—1949 年的 73 年间，中国共修筑铁路 2.18 万千米(复线率只有 6%)，能够通车的仅有 1.1 万千米。新中国成立以后，中央人民政府设铁道部，统一管理全国铁路事业。

至 1990 年，中国铁路客运量达到 9.6 亿人次，分别比 1949 年和 1978 年增长 8.6 倍和 18.5%。1978 年以后，为了满足大量旅游者对铁路运输的需要，铁路部门采取了加挂旅游车厢和开行旅游列车的措施。在旅游旺季运力不足的情况下，为旅游团提供卧铺车厢，临时编入旅客列车。在旅游热点城市和地区之间，则根据旅游流量开行季节性旅游专列，如北京—八达岭、南昌—九江、上海—杭州、北京—秦皇岛、北京—承德、北京南站—涞水野三坡、青岛—泰安等旅游列车都是在这一时期开辟的。

1985 年，铁路和旅游部门还合作组织了“丝绸之路”临时旅游快车。1988 年又组织接待了“东方快车”临时旅游快车。它由欧洲出发，经前苏联西伯利亚，自海参崴进入中国，然后赴香港、日本，是世界上行程最远的旅游专列之一。

3. 近现代公路旅游交通

中国近代公路交通始于 20 世纪初。由于公路运输条件简陋，1949 年以前中国只有零星的旅游公路交通活动。1923 年，上海商业储蓄银行设立旅行部，开办代订车船机票业务，并组织了上海春季游览和浙江海宁观潮等汽车旅游活动。

中华人民共和国成立以后，公路交通得到飞速发展。至 1990 年年末，全国民用汽车保有量达到 551 万辆，比 1978 年增长了 3 倍。1978 年中国只有为数很少的城市有出租和旅游汽车。为了适应旅游业发展的需要，1980—1985 年进口了大批以日本产品为主的豪华旅游汽车，使中国旅游汽车硬件设备部分达到国际水平，并有效地缓解了因大量海外旅游者涌入而造成的高级旅游汽车极端紧缺的状况。

4. 近现代航空旅游交通

20 世纪初，中国开始发展民用航空运输。中华人民共和国成立以后，民航事业得到迅速振兴。1949 年中央军委民用航空局成立，这是新中国第一个全国民用航空运输管理机构。1952 年 7 月，中国第一个国营航空运输企业——中国人民航空公司诞生。

随着国际形势的变化和中国外交活动日益频繁，中国民航于 1974 年新辟了 4 条国际航线，即北京—莫斯科、北京—上海—大阪—东京、北京—卡拉奇—巴黎、北京—德黑兰—布加勒斯特—地拉那国际航线。

1988 年 10 月，国家机构编制委员会审议批准了《中国民用航空局“三定”方案》。据此，民航局进行了以“定职能、定机构、定编制”为主要内容的机构改革(详见第 4 章)。1988 年 5 月，中国民航局和国家旅游局召开两局协调会议，确定建立民航、旅游两局协调会议制度。1989 年共召开国家民航与旅游部门之间的一级协调会议 3 次，地方民航与旅游部门的二级协调会议多次。通过部门协调，基本解决了全国旅游热点城市之间和旅游旺季时期因民航运力不足和旅游接待量高度集中所造成的矛盾。

1981—1985 年随着旅游业的发展，通往旅游城市的新航线不断增多。杭州、桂林、



昆明、庐山、黄山、厦门、青岛、大连、南京、敦煌等旅游城市都开辟了直达定期航线。这些旅游航线把由北京、上海、广州等国际空港入境的外国旅游者源源不断地运送到上述旅游城市。

为适应旅游者对环形航线的需求，1985 年新开辟了上海—北京—西安—上海、广州—桂林—杭州—广州、上海—桂林—西安—上海、广州—北京—西安—桂林—广州等环形航线，其客座利用率平均可达 80%。在全国重点旅游区中，已通航的旅游城市有 40 多个，北京、西安、上海、南京、杭州、广州、桂林、昆明等 8 个旅游热点城市每天都有航班飞行，定期旅游航线由 1988 年的 56 条发展到目前的 91 条。随着国际旅游的大发展，中国内地与国际旅游中转基地香港的地区航线得到相应发展。

2.2.3 现代旅游交通

1. 公路旅游交通

公路旅游交通是最普遍、最重要的短途运输方式，该方式所占比重高达 66%～69%。其特点是灵活、方便，能深入到旅游点内部，短途旅行速度快，公路建设投资少、工期短、见效快，但运载量小，受气候变化影响较大，安全性能较差，排出的尾气对大气有污染。我国旅游交通规划中公路主骨架包括总长约 3.5 万千米、纵贯东西和横穿国境南北的“五纵七横”12 条，主要由高等级公路组成的国道主干线。“五纵七横”国道主干线在 2007 年全面建成，建成后覆盖 10 多亿人口，东部地区平均 30min 上高速，中部地区平均 1h 上高速，西部地区平均 2h 上高速，全国所有省会城市、83%的 50 万以上人口大城市和 74%的 20 万以上城镇人口中等城市，以及机场、铁路枢纽，都将被高速公路网连接起来。

旅游汽车公司、汽车租赁公司也随着旅游者数量的增加而不断增加，满足因季节变化和节假日旅游高峰时期游客的出行需要。

2. 铁路旅游交通

我国的铁路建设一直保持着较快发展的势头，是国内旅游者选用的主要交通方式。铁路旅游交通具有客运量大、票价低、受气候变化影响小、安全正点、环境污染小等优点，但也具有造价高、修筑工期长、受地区经济和地理条件限制等缺点。1997 年 4 月 1 日，全国铁路开始第一次大提速，经过 5 次提速，目前已普遍提速到 160km/h，个别区段达到 200km/h 以上。火车提速使旅途时间大大变短，随着铁路跨越式发展，铁路运行时间还有缩短的可能。

现在，经过多次提速、升级，火车已经在全国范围内全部实现电气化，快速列车不断升级换代，高铁、动车等新型铁路产品的出现，为游客长距离陆上运输提供舒适、安全的保障。

3. 水路旅游交通

水路旅游交通是固定的水域或固定的航线上，使用船舶运载游客，或在船上沿途观光，或在一个到数个观光地停泊上岸观光游览的交通方式，具有经济、舒适、安全等优点，但速度慢、准时性差。2003 年，我国完成水路客运量 1.7 亿人次，旅客周转量 63 亿

人千米，在综合运输体系中所占比重分别为1.08%和0.46%，水路客运平均运距36.8km。到2010年，全国水运主通道总体布局规划是发展“两纵三横”共5条水运主通道：“两纵”是沿海南北主通道、京杭运河淮河主通道；“三横”是长江及其主要支流主通道、西江及其主要支流主通道、黑龙江松花江主通道。

航运业的发展使得游轮游、内河游船游等方式成为新的旅行方式，内河游船游沿江或河而下，沿途风景尽收眼底。而豪华游轮游则可以用于沿海各城市或者国际邮轮旅游中，增加了旅游本身的新意，吸引大量游客前往。

4. 航空旅游交通

航空旅游交通方式在远距离国际国内旅游中处于绝对垄断地位。其优势在于快捷、舒适、安全、灵活，航线的开辟不受沿地面的各种天然或人为障碍的限制，但是票价高，空港占地面积大，用地条件高，飞机起落噪声污染严重，机场要建在远离市中心的地区，航空运输存在着最小飞行距离的限制(空中直接距离200km定为开办航线的最小经济半径)，易受天气条件制约。

中国航空运输在国际民航组织缔约国中的排位，按旅客周转量计，已经上升为第4位。现在国际航线已经遍布欧洲、美洲、大洋洲、非洲等大多数国家，架次也在不断地增加，其中不乏旅游包机等专门为游客服务的航班。国内航线更是在高速发展，目前的国内航线正在向二线城市蔓延。

5. 索道旅游交通

客运架空索道(简称客运索道)是利用架空绳索支承和牵引客车运送乘客的机械运输设施。游人进出景区交通通道有公路、步行盘道、架空索道3种形式。客运索道备受青睐，原因是其独有的特点：对自然地形适应性强，爬坡能力大；能缩短运输距离，受气候条件的影响较小，基建费用省、能耗低；采用电力驱动没有三废的排放及噪声的污染，维护简单，容易实现机械化、自动化操作，劳动定员少。我国的客运索道是伴随着旅游业兴盛而发展起来的，从无到有，各种客运索道的形式也趋于完备。


案例分析 2-1

高铁——旅游交通新体验

旅游不仅仅存在于目的地，旅途本身就是度假的一部分。2010年开始，高铁和邮轮为人们带来了新的旅游体验，我国逐步实现了海、陆、空旅游交通工具的大变革。邮轮作为一种生活方式继续在国内大热；高铁提高的不仅仅是速度，还会改变人们的旅游习惯和方式；而空客A380更让人们追求一种新的度假理念。

随着京沪高铁2011年6月底建成通车，北京至上海的车程由9h缩减为5h。此外，哈大高铁也全线通车，大连到沈阳最快80min，大连至哈尔滨只需3h，极大地拉动了东北和华东旅游市场。在欧洲或者日本等高铁发达的国家，其顾客对象以商务旅客为主，普通旅游游客则是第二主要客户，法国高铁连接了海岸的度假区，并且在长途路线上减价以跟飞机竞争。将会有越来越多的游客在国内旅游时，选择高铁作为交通工具。

高铁带来的不仅仅是一个目的地到另一个目的地的距离缩短，还刷新了目的地的选择范围，一些形象模糊、总是被忽略的地方，渐渐重新进入人们眼中，并记录在旅游计划表里，比如泉州、莆田、台州、

常州等，成为新晋旅游目的地。此外，高铁带来的速度，还拓宽了更丰富的旅游形态和方式。目前对中国高铁而言，高速铁路还仅仅是一种旅游的工具，并没有成为旅游方式本身。提到高铁，人们想到的只是速度，而没有更多的浪漫或者奢华体验。在欧洲，高铁本身便是一种有趣生动的旅游方式，很多度假区高铁推出“夜间酒店车厢”等旅游项目。

【案例点评】

高铁是目前国内新兴的客运交通方式，在国外有很成熟的运行模式。它并非以旅游交通而是以公共交通的形式出现，但这并不影响它成为众多层次旅游者可选择的交通方式的一种。此外，它在未来会改变旅游者的部分旅游理念，将旅游交通过程本身也变成游览的一部分。

本章小结

本章讲述了古代罗马、古代希腊、中世纪的西欧和中世纪的阿拉伯地区的旅游交通情况，以及近代蒸汽机的发明，汽车、火车、轮船、飞机等交通工具的发展过程及道路发展状况，分析了现代航空业、汽车、火车、水上交通以及特种旅游交通方式的发展和中国古代的道路及交通工具的发展，近代汽车、火车、轮船、飞机的情况，最后简要叙述了现代我国旅游交通工具发展的状况。

复习思考题

一、问答题

1. 简要叙述古希腊、古罗马的旅游交通发展状况。
2. 水上旅游交通在中世纪的欧洲发展状况如何？
3. 简述中世纪的阿拉伯旅游交通状况。
4. 简述近代国际旅游交通发展状况。
5. 我国古代交通工具的种类及特点是什么？
6. 查阅资料，论述古代丝绸之路的兴衰过程。

二、名词解释

1. 通夷海道
2. 公路
3. 索道
4. 陆上丝绸之路
5. 特种旅游交通

第3章　旅游交通方式与交通工具

学习目标与要求

（1）了解传统旅游交通工具的类型及其特点。

（2）掌握现代旅游交通方式的类型及其特点。

（3）理解旅游者对现代旅游交通方式的选择影响因素。

导入案例

未来外国游客入境游的主要交通方式

2020年，外国游客将通过什么交通方式来中国旅游？中旅途易首席执行官马赛尔·施耐德先生表示，根据其对市场的调研与分析，中国入境旅游市场的未来将非常乐观。施耐德先生指出，中国入境游市场的具体发展走势将呈现五大特点：一是团队入境旅游仍将占主导地位；二是随着中国二三线城市与境外城市之间直航的增加，外国游客访华的入境/出境关口将有更多选择；三是游客对定制化的、个性化的旅游产品的需求与日俱增；四是就旅游目的地而言，以前对于外国游客较为陌生的四川、云南、贵州等省市将成为新的亮点；五是基于国内高速铁路路网的进一步完善，以及未来豪华旅游专列的全面运营，客运铁路将在入境旅游市场上扮演更为重要的角色。施耐德强调，虽然客运铁路将在入境游市场上占有一定份额，但民航仍会是国外旅客入境游的主要交通方式。同时他还对中国民航未来发展的后劲非常看好，并期待未来能与中国的航空公司在一些旅游产品上进行合作。

（资料来源：吴丹．民航仍将是外国游客入境游的主要交通方式[N]．中国民航新闻信息网，2011-05-20.）

3.1　旅游交通方式及其特点

3.1.1　传统旅游交通方式及其特点

1. 平地旅游交通工具

平地旅游交通工具主要是指人力车、独轮车、自行车、畜力车等。

1）人力车

人力车是人类最先使用的一种车辆。人力车的载重能力比人肩挑、背负的能力大得多，而且它可以免除人体直接承受重压。但人的体力有限，因此人力车多是轻便的两轮车或独轮车。

2）独轮车

独轮车俗称“鸡公车”、“二把手”，在全国许多地方都有分布。在近现代交通运输工具普及之前，是一种轻便的运物、载人工具，特别是在北方，几乎与毛驴起同样的作用。

3）自行车

自行车又称脚踏车或单车，通常是二轮的小型陆上车辆。人骑上车后，以脚踩踏板为动力，是绿色环保的交通工具。英文 bicycle 或 bike 的 bi 意指二，而 cycle 意指轮。在日本称为“自転车”；在中国大陆、中国台湾、新加坡，通常称其为“自行车”或“脚踏车”；在港澳地区则通常称其为“单车”。由于各国生活水平的差异，使用自行车的目的各不相同，有些国家的骑行者以旅游、锻炼身体以及少年儿童体育运动为主要目的，一般使用多速车、越野车和山地车；有些国家的自行车主要作为交通工具，多使用轻便车和多速车。总的来说，自行车是朝着美、轻、牢、新、廉方向发展。美是造型美观、色彩鲜艳、华丽而不俗；轻是自重轻、骑行轻；牢是强度高；新是款式新、品种多；廉是成本低、竞争力强。自行车专项旅游在现代社会旅游业发展中越来越受到旅游者的青睐，如黑龙江省开展小兴安岭自行车旅游，江苏省开展城市间自行车旅游，芬兰旅游部门开拓自行车旅游业等。

2. 山地旅游交通工具

山地旅游交通工具主要有轿子、滑竿、溜索。

1）轿子

轿子是一种靠人或畜扛、载而行，供人乘坐的交通工具，曾在东西方各国广泛流行。就其结构而言，轿子是安装在两根杠上可移动的床、坐椅、坐兜或睡椅，有篷或无篷。轿子最早是由车演化而来。中国的轿子曾流行于广大地区，自古以来历代相袭，因时代、地区、形制的不同而有不同的名称，如肩舆、檐子、兜子、眠轿、暖轿等。现代人所熟悉的轿子多系明、清以来沿袭使用的暖轿，又称帷轿。民间所用的轿子分素帷小轿和花轿两种。前者系一般妇女出门所用之物，后者则专用于婚嫁迎娶。20 世纪 80 年代中期开始，素帷小轿、花轿都被旅游业启用。花轿多设置在旅游点，与中国传统的结婚礼服——凤冠、霞帔配合，用来接待中外游客，举行中国古代婚礼仪式，或用作拍照道具。素帷小轿则作为江浙山区的一种民俗交通工具，用来迎送中外旅游者。

2）滑竿

滑竿的前身是轿子，古时称“肩舆”。近代在四川出现的滑竿，据说始于爱国将领蔡锷发动的护国战争，当时因为担架不够用，军队就地砍来竹子制作担架，因为全用滑溜溜的竹竿绑扎，就称为滑竿。中国江南各地山区特有的一种供人乘坐的传统交通工具。用两根结实的长竹竿绑扎成担架，中间架以竹片编成的躺椅或用绳索结成的坐兜，前垂脚踏板。乘坐时，人坐在椅中或兜中，可半坐半卧，由两轿夫前后肩抬而行。滑竿在上坡时，人坐得最稳；下坡时，也丝毫没有因倾斜而产生的恐惧感；尤其走平路时，因竹竿有弹性，行走时上下颤动，更能给人以充分的享受，且可减轻乘者的疲劳。中国西南各省山区面积广大，因此滑竿最为盛行。特别是峨眉山上的竹椅滑竿，流传了几千年。滑竿的意义已不局限于交通工具，更是当地民间习俗的一种体现。20 世纪 80 年代以后，在中国许多名山旅游区，这种旧式的交通工具与现代化的汽车、索道、缆车并用，是当地旅游交通的

一个重要成员。在巴渝的许多风景点，都有滑竿可供旅游者乘坐。

3）溜索

溜索是怒江大峡谷各少数民族的主要交通工具，是他们改造和战胜自然的象征，是他们不畏艰险，勇猛顽强性格的写照。溜索又称“滑索”“速滑”“速降”“空中飞人”等，最早用于高山自救和军事突击行动，后演化为游乐项目，是一项具有挑战性、刺激性和娱乐性的现代化体育游乐项目。溜索可跨越草地、湖泊、河流、峡谷，借助高差从高处以较高的速度向下滑行，使游客在有惊无险的快乐中感受刺激和满足。现在它已分化成崖降、楼降、桥降、溪降等类别，抛开场地原因，其技术上并无多少本质差别。游客身穿保险衣与架子钢索的滑轮连接，借助景点(区)的自然落差，由钢索、滑轮保险绳索与人体连接，从高处发射台顺势而下，以较高速度完成滑翔。如今，到怒江大峡谷看溜索、过溜索，已成为云南省怒江傈僳族自治州开发的世上独一无二的旅游项目，吸引了无数旅游者。

3. 沙漠旅游交通工具

沙漠旅游交通工具主要有骆驼、勒勒车。

1）骆驼

骆驼和其他动物不一样，特别耐饥耐渴，人们能骑着骆驼横穿沙漠。骆驼熟悉沙漠里的气候，有大风快袭来时，它就会跪下，旅行的人可以预先做好准备。骆驼走得很慢，但可以驮很多东西。它是沙漠里重要的交通工具，人们把它看做渡过沙漠之海的航船，有“沙漠之舟”的美誉。它也被广泛用于沙漠地区的探险、科学考察、运输等工作。旅游景区中常见旅游驼队。

2）勒勒车

勒勒车，又称“哈尔沁车”“辘轳车”“罗罗车”“牛牛车”等，是蒙古民族使用的传统交通运输工具，通常以草原上常见的桦木制作，双轮轮高 4m 多。其特点是车轮大车身小，结构简单，使用方便，适于草地、雪地、沼泽和沙漠地带运行，载重数百斤乃至千斤，用牛拉、马拉、骆驼拉都行。牧民们拉水、拉牛粪、搬家、运送燃料及婚丧嫁娶，运输生活日用品、赶那达慕大会等都离不开它。勒勒车可首尾串联，一人可驾驭三五辆，甚至十余辆，故有“草原列车”之称。勒勒车为蒙古式牛车，为草原牧人重要的交通工具。由于游牧民族迁徙不定，车子成为其交通必需。我国北方的游牧民族早就有造车用车之习俗，用于游牧旅游活动。

4. 水上旅游交通工具

水上旅游交通工具主要有仿古龙舟、竹筏、羊皮筏、牛皮船、桦皮船、乌篷船。

1）仿古龙舟

仿古龙舟是专为旅游事业制造的高级仿古游船，又称画舫，是一种专供游览水面的传统交通工具。它盛行于中国江浙一带的古运河水面和无锡太湖、杭州西湖等风景名胜地区，其中又以杭州西湖的游船历史最为悠久。龙舟是专为皇帝制造的游船，又名御舟。龙舟是等级最高、形制最大、装饰最豪华、制造最精巧的游船，多以香楠木造船，雕刻皇家专用的龙、凤图案，涂以皇家专用的黄色和红色。中国关于龙舟的记载，最早的可见于

《穆天子传》。历史上的豪华龙舟，要数隋炀帝，清康熙、乾隆皇帝下江南时乘坐的龙舟为最。仿古龙舟是这些龙舟的仿制品。日本仙台市松岛海岸码头就增设了类似中国仿古龙舟的海上观光游船。

2）竹筏(排)

竹筏，又称竹排，用竹材捆扎而成，是有溪水的山区和水乡的水上交通工具，流行于长江南部地区。它有着悠久的历史，在船舶发展史上有自己的地位。竹筏用真竹配加刺竹捆扎而成，小筏用5～8根竹材，大筏用11～16根。一般的竹筏长约三丈，宽数尺。竹子的粗端做筏头高高翘起，细端做筏尾平铺水面。竹筏具有以下特点：一是吃水小，浮力大，可以在浅水河流中航行；二是稳性好，水上行驶平稳安全，不会翻船，无论大筏小筏均由一名梢工点篙撑驾；三是制作简便，可以就地取材进行制作。竹筏历来是江南水上的重要运输工具。同时，古朴原始的小竹筏也构成江南水乡独具特色的景致。20世纪80年代中期，中国浙江、福建、广西旅游系统相继启用竹筏，在风景如画的江面上开展竹筏漂流旅游。现在，竹筏漂流成为时尚旅游活动。现在，中国传统的竹筏传到中美洲，在牙买加的安东尼奥港也开展起乘竹筏游览的活动。

3）羊皮筏

羊皮筏古称“革船”，是撒拉、回、东乡、保安、土家等民族的传统水上交通运输工具，流行于青海、甘肃、宁夏等地的黄河沿岸。其制法是，编圆木棍为排，下栓数个或数十个皮囊即成。使用时皮囊在下，木排在上，可乘人，可载货。小的可载重两三吨，大的可载重十余吨。因其制作简单、成本较低、吃水浅，不怕搁浅触礁，操纵灵活方便而广泛用于生产生活之中。现在，黄河边供游客乘坐的羊皮筏子都是用13只皮胎采取前后4只中间5只的排列方式绑扎成的小筏子，重二十来斤，能坐5个人。

4）牛皮船

牛皮船是大金川流域最为古老的水上交通工具。牛皮船形似喇嘛庙内的大铜锅，口径2m左右，用牛皮、藤条、树脂胶严密接缝而成。牛皮船成为漂流探险者们漂流大金川的首选工具。

5）桦皮船

桦皮船常见于渔猎旅游活动。桦皮船是中国北方渔猎民族以桦树皮制成的用于渔猎生产及水上交通运输的工具。满族称“威乎”，鄂温克族称“佳乌”，赫哲族称“乌末日沉”。桦皮船采用纯天然材质的桦树皮纯手工制作而成，由船、船桨、小鱼篓三部分组成。船体长约两丈，两端尖翘，船体轻便，一人即能搬运使用。桦皮船用樟木、柳木做骨架，外用松脂将桦树皮粘在骨架上，用桦皮做船底和船帮，外涂以松脂，以防漏水。桦皮船是靠人力划桨来推进的。一只桦皮船可使用2～3年。桦皮船具有以下特点：桦皮船船型特殊，船身狭窄细长，两端尖翘，中间宽。例如赫哲族桦皮船船身长约6m，高约80cm，宽约66cm，两端尖细，船头稍向上翘起，船体一人就能扛走，能载重250～300kg，水上划行轻快无声。

6）乌篷船

在过去，绍兴的乌篷船是指那些用摇橹的“梭飞”和“三明瓦”之类的船只。这些船只构造十分精致，在船头上雕刻有似虎头形象的动物“鹁”，其神态似在微笑，又有些可

怖。民间传说，古越本是泽国，在塘闸未建之前，河流直通大海，“鹢”居海内，性嗜龙，龙见而避之，所以船民就把它的形象雕刻在船头上，使龙不敢作祟，行船可获安全。其特点是乘坐舒适，逍遥自在，视野开阔，轻盈灵活。绍兴水乡景色迷人，旧时一些文人在船上或舞文弄墨，或行令猜拳，眼福、口福为之一饱。这些大乌篷船为官宦、富商作客、游览、扫墓、迎亲、看戏所用，现在早已绝迹。如今，绍兴能看到的乌篷船，只有那种载客的乌篷脚划小船了。到绍兴旅游的中外旅游者，为了饱览水乡景色，都喜欢乘坐脚划乌篷船。独雇一舟，拨开乌篷，可坐可卧，耳听潺潺流水和“嘎吱嘎吱”的躅浆声，眼观两岸的山水、田园风光，真有“山阴道上行，如在镜中游”之感。如果结伴而游，这种乌篷小船可乘坐6～8人，不管是随波荡漾于河湖之上，还是伊哑穿行于桥巷之间，都令人感到兴味无穷。若去访问鲁迅的外婆家安桥头、水乡集镇柯桥、古老别致的八字桥，或去名胜东湖赏春，乘坐乌篷脚划船是最理想的交通工具。

3.1.2 现代旅游交通方式及其特点

现代旅游交通方式主要包括旅游公路交通、旅游铁路交通、旅游水路交通、旅游航空交通和现代特种旅游交通。

1. 公路旅游交通及其特点

旅游公路交通(Travel Highway Traffic)是指以汽车站为客运站场，以汽车为客运工具，以公路为客运线路，主要从事旅游客运和专项探险旅游运输活动的旅游交通运输方式。旅游公路交通的运输优势表现为灵活方便、便于游览和高效省时。此外，受公路等级、交通管制、汽车性能及驾驶人员素质等多种因素的影响，旅游公路运输的舒适性和安全性相对较差。

公路运输是最普及的旅游交通方式，世界上50%以上的国际旅游者、发达国家80%左右的国内旅游者乘坐汽车出游，它主要从事200km以内的短距离旅游客运和专项探险旅游运输活动，如市内旅游客运、景点观光和汽车越野专项旅游等。其运输优势表现为灵活方便、便于游览和高效省时，其劣势是速度慢、运距短、舒适性较差、安全系数低等。

公路运输具有路网密度大、站点覆盖面广、客运班次频繁等特点，因此乘坐十分方便。团队或散客旅游者租车旅游，可以自行确定旅行时间和线路，随时停车游览、用餐和休息，非常灵活。旅游者驾私车出游，更是不受时间限制，可根据需要任意增减游览景点，适时调整行程计划，因而更加灵活方便。

旅游公路运输速度较慢，行驶时可贴近或穿越城乡，还可直抵旅游景区(点)或活动场所，因此便于旅游者观赏沿途风貌，欣赏旅游吸引物，参与各种旅游活动。旅游汽车特别是越野汽车，动力强劲，减震性能优越，适于在各种路面行驶，成为探险旅游广泛采用的交通工具。旅游宿营车和流动旅馆汽车，集行、住、食、游等多功能为一体，成为专项旅游和家庭度假旅游的理想交通工具。

公路运输可实现“门到门”直达运输，有效节约了座位预订、行李托运、中转换乘等所需时间，在短距离运输中显示出便利省时的优越性。公路运输以单车为远营单位，调度灵活，可根据客源量的多少随时发车，从而使旅游者缩短了候车时间，相对增加了有效游览的时间。

旅游公路运输运行速度较慢，在高速公路速度限制在 120km/h 以内。在二级公路限制在 80km/h 以内，在城市街道限制在 70km/h 以内。

乘汽车外出旅行包括乘坐私人小汽车和乘坐公共客运汽车或者长途公共汽车两种。20 世纪 50 年代以来，随着社会经济的发展，很多国家，特别是欧美国家中，私人小汽车拥有率不断上升。在美国，平均每 1.7 人便有一辆私人小汽车。自己驱车外出度假具有很多明显的优点：灵活方便、行动自由、交通费用相对较低、便于携带行李和娱乐器具、便于观赏沿途风光等，因而在欧美国家中，人们普遍喜欢自己驱车在国内旅游，尤其是一日游和短期度假。

在公共汽车客运方面，由于同其他公共运输方式相比，汽车客运的运营成本较低，因而在很多国家中，汽车客运服务的价格较为低廉，特别是汽车旅游公司的客运价格更是如此。更重要的是，在旅游公司利用汽车组织报价旅游的情况下，公司可派车上门接送旅游者，十分方便，从而克服了不便携带行李转车的问题。

到现在为止，我国公路通车里程达 180 万千米，高速公路 2.7 万千米，基本形成了连接绝大多数城乡地区的公路交通网络。但是国内大部分路面铺装水平低，车速低，通过能力差，城市道路狭窄。高速度、高效率的城市交通系统尚未形成，城市内混合交通、非交通占用道路的情况非常普通，交通管理水平不高，降低了原本不足的交通设施的使用效率。车与路、车与停车场所的矛盾尖锐起来。要适应现代城市交通快速、机动的特点，就必须改变现有的城市建设格局，做到科学规划，适当超前。

2. 铁路旅游交通及其特点

旅游铁路交通(Travel Railway Traffic)是指以火车站为客运站场，以旅客列车为客运工具，以铁路为客运线路，主要从事中长距离旅游运输活动的旅游交通运输方式。其主要优势表现为安全正点、经济实惠和快速高效，但是灵活性和舒适性相对较差，无法实现点对点的运输。随着旅游业对铁路运输的需求不断提高，出现了在旅游客源地城市与旅游目的地城市之间开行的旅游专列、假日列车，有些旅游目的地还专门修建了旅游专用铁路，极大地满足了游客的旅行需求。随着以高速铁路为骨架的快速客运网络的不断完善，铁路交通在旅游交通格局中的比重将不断增大。

世界上约有 6%的国际旅游者使用铁路这种交通方式。在我国，铁路至今仍然是人们开展国内旅游的主要旅行方式之一。但就世界范围来看，火车作为客运交通工具，其营业量已经大大减少。主要原因是，由于铺设路轨的限制，铁路很难形成较细的线路网络，而选择与火车站相连接的汽车线路则会使旅游者感觉不便，而且耗费时间。此外，航空公司和汽车可以有公司之间的竞争，使铁路在旅游客运交通中的地位不断下降。实际上，铁路运输具有很多其他客运交通方式所不具备的优点，这些优点主要包括：运载能量大、票价低廉、在乘客心目中安全性最强、途中可沿途观赏风景、乘客能够在车厢里自由走动和放松、途中不会遇到交通堵塞、对环境的污染较小等。因而，铁路运输无论是对于社会还是对于旅游者仍有其独特吸引力。

铁路旅客列车载客量大，单位运输成本低，因而客运价格适中。乘坐卧铺车厢的旅游者，在旅行过程中宿在车内，节约了昂贵的饭店住宿费用，显得十分实惠。旅客列车席位类别较多，从经济型硬座、硬卧，到舒适型软座、软卧，乃至豪华型软卧包厢，可满足各

种消费层次旅游者的多样化需要，具有良好的性价比，更增强了经济实惠的优势。

铁路运输专业化程度高，从路网规划、建设，到列车制造、编组，乃至运力安排、调度，都需要高度集中的统一指挥，因此缺乏灵活性和机动性。旅游铁路运输沿专用轨道运行，平稳性优于公路、水路运输，但受轮轨间强大摩擦阻力的影响，噪声和震感明显，因此舒适性逊航空运输一筹。

旅客运输的主要服务对象是广大旅客，其次是行李、包裹和邮件。因此，要求铁路集人、车、路为一体，不断加强铁路技术装备和服务设施的现代化水平，扩大服务内容、提高服务质量，最大限度地满足不同层次旅客在旅行中的物质和文化生活需要。

旅客运输需求具有时空不均衡性。从空间上看，居民消费水平高的发达地区，旅客出行的需求总量较大，从一条运输通道较长时期的统计结果看，其上、下行方向的客流量基本平衡，发送和到达的客流总量差别很小，但从短时期看，因受农事忙闲、节假日、气候、城市交通等因素的影响，一年内的各个季度、月度，以及一月内各日、甚至一日内各小时之间客流量都有较大的波动。因此要求铁路客运技术设备及其运输能力必须预留一定的后备。

旅客列车的编组一般是固定的，其始发站、终到站及到、发和途中运行的时刻也是固定的。旅客列车时刻表的编制要适应客流变化，充分满足旅客旅行的需求。在发达国家，在旅客出行的所谓“黄金时间带”，不仅有足够数量的旅客列车频繁到发，而且同方向的同类旅客列车在一天的各主要时段的到发时刻甚至都是相同的。因此，对旅客列车的运行组织，在准确性、安全性、可靠性和方便性上的要求远比货物列车严格。旅客根据自己的旅行需要自主选择乘车日期、车次、到站和座别，自行去乘车站购买车票、托运行李，到指定地点候车，届时按顺序检票进站上车；当列车到站时，旅客自动下车，验票出站，领取行李。这就是旅客利用铁路旅行的主要过程。

旅客车辆(包括餐车、行李车)一般都是按铁路局固定配属于各客运车辆段。这种固定配属关系便于掌握车辆的运用和维修，确保客车质量；同时，担当旅客列车乘务工作的客运乘务组一般也是固定随车值乘，便于熟悉情况，做好本职工作。这同铁路大部分货物车辆实行全路通用、不固定配属的运用和管理办法有较大的区别。

旅游专列是伴随铁路运输业适应市场、开拓市场应运而生的运输新产品。最初是在大城市与著名的旅游景点间开行，以运输旅游客流为主，从硬件设备到服务档次都比普通列车高。旅游专列只往返于客源地和旅游目的地之间，中途不上下旅客，专列一次运载乘客在 600 人以上，列车基本编组为 9 节硬卧车厢、1 节软卧车厢、1 节餐车。特殊情况可以改变编组形式和增挂车辆。

随着旅游市场的迅猛发展和铁路企业进一步向市场化迈进，1995 年上海铁路局首先推出集吃、住、行、游一条龙服务全包的旅游专列。其后，各铁路局纷纷仿效，开行各具特色的旅游专列；1998 年上海铁路局开行了 100 多列旅游专列，郑州铁路局开行了 97 列。1999 年春节期间，各铁路局申报的香港专列达十几列之多。这期间一度也出现一些无序混乱现象。为此，1999 年上半年原铁道部出台了旅游专列管理办法，规范了旅游专列的开行工作。

从旅游专列开行方式上讲，主要模式有管内旅游专列、跨局旅游专列，还有一线多游

的沿线漫游式旅游专列；从开行次数讲，有一次性临时增开的旅游专列，有逢周末开行的旅游专列；从车辆调配方面讲，有临时调配车辆编组的专列，也有常备专用车辆的旅游专列，还有利用既有固定车辆及运行时刻在特定时间改为旅游专列，这方面由郑州铁路局首先实行。

就旅游专列的承办方式而言，目前有三种：一是由一家旅游企业独自申请承办并负责全部营销策划及全程旅游服务；二是由多家旅行社联合申请承办，各家分销额度按协议执行，这种方式一般是联合促销，统一价格，各企业分别组织客源并联系地接；三是运输企业直接与景区合作，销售包括往返车票、景区门票、住宿等全过程旅游服务的一票到底的旅游专列。

阅读材料 3－1

我国《中长期铁路网规划》内容简介

我国《中长期铁路网规划》于2004年经国务院审议通过，其发展目标为：到2020年，全国铁路营业里程达到10万千米，主要繁忙干线实现客货分线，复线率和电气化率均达到50%，运输能力满足国民经济和社会发展需要，主要技术装备达到或接近国际先进水平。

1. 客运专线建设

建设客运专线1.2万千米以上，客车速度目标值达到200km/h以上，具体建设内容如下。

“四纵”客运专线：①北京—上海客运专线，贯通京津至长江三角洲东部沿海经济发达地区；②北京—武汉—广州—圳客运专线，连接华北和华南地区；③北京—沈阳—哈尔滨(大连)客运专线，连接东北和关内地区；④杭州—宁波—福州—深圳客运专线，连接长江、珠江三角洲和东南沿海地区。

“四横”客运专线：①徐州—郑州—兰州客运专线，连接西北和华东地区；②杭州—南昌—长沙客运专线，连接华中和华东地区；③青岛—石家庄—太原客运专线，连接华北和华东地区；④南京—武汉—重庆—成都客运专线，连接西南和华东地区。

三个城际客运系统：环渤海地区、长江三角洲地区、珠江三角洲地区城际客运系统，覆盖区域内主要城镇。

2. 完善路网布局和西部开发性新线

规划建设新线约1.6万千米。形成西北、西南进出境国际铁路通道，西北至西南新通道，新疆至青海、西藏的便捷通道，完善西部地区铁路网络，完善东中部铁路网络。

3. 路网既有线扩能改造

规划既有线增建二线1.3万千米，既有线电气化1.6万千米。在建设客运专线的基础上，对既有线进行扩能改造，实现客货分运，增强煤炭外运能力。

结合客运专线的建设，对既有京哈、京沪、京九、京广、陆桥、沪汉蓉和沪昆等7条主要干线进行复线建设和电气化改造。以北京、上海、广州、武汉、成都、西安枢纽为重点，调整编组站，改造客运站，建设机车车辆检修基地，完善枢纽结构，使铁路点线能力协调发展。建设集装箱中心站，改造集装箱运输集中的线路，开行双层集装箱列车。



3. 水路旅游交通及其特点

旅游水路交通(Travel Waterway Traffic)是指以港口为客运站场，以船舶为客运工具，以水上航道为客运线路，主要从事水上游览和运输活动的旅游交通运输方式，如远洋巡游和内河客运等，约承担世界上8%的国际旅游交通运输量。

旅游水运交通方式包括功能和特点反差极大的两种基本类型，即水上客运和水上游览。前者以运送旅游者为主要功能，运输优势是价格低廉，劣势是速度慢、舒适性差；后者以观光、度假为主要功能，优势表现为豪华舒适、安逸浪漫，劣势主要是速度慢、价格昂贵。

以旅客运输为主要功能的近海、湖河水运方式，多利用天然水道，运输能力极强。据统计，长江相当于6条同样长度铁路的运输能力，远期规划要达到相当于10条铁路运输能力；美国密西西比河相当于11条同样长度铁路的运输能力；德国境内莱茵河段相当于19条同样长度铁路的运输能力。航道建设投资少，客运量大，降低了水运方式的单位运输成本，成本一般约为铁路运输的1/8～1/4，因此运价低廉。

受摩擦、兴涛、涡流等水阻力的影响，水上运输是四大现代交通方式中速度最慢的一种，内河客船的速度一般为10节(20km/h)。内河游船一般为15节(28 km/h)，沿海客船一般为20节(37 km/h)，远洋游船一般为30节(56 km/h)。同时，受风浪等外力影响，船舶常处于摇摆和沉浮运动状态，从而使其舒适性大大降低。另外，由于江、河、湖、海在地理上分布不均，并严重受制于冰冻、台风等恶劣气候条件，水路运输的灵活性和安全性不够理想。

水路客运业务主要可划分为4种，即海上远程定期班轮服务、海上短程渡轮服务、游船服务和内河客运服务。远洋客运业务的衰落有客观方面的原因，也有其主观方面的原因。客观方面的原因是，20世纪50年代以后，航空运输技术的发展及各航空公司间的竞争使得大部分远程航线上的机票价格不断下降，致使乘飞机比乘轮船划算。与此同时，在远洋客运经营方面，在劳动力成本不断上升的同时，许多客轮已经陈旧过时，更新费用却又很高。此外，远洋客运业务的其他经营成本已不断上升，加之航空公司在远距离客运方面占据着快速、安全和舒适等高标准服务的优势，使轮船公司无力与之竞争。主观方面的原因则是轮船公司没能及早意识到航空运输的发展对海上客运未来的威胁，因而未能使其产品及时适应变化中的需求，致使远洋客运业全线崩溃。在远洋客运交通衰落的同时，作为度假行为的海上巡游开始发展起来。游船作为海上度假的最大特征是过程悠闲、舒适。在海上巡游的过程中，人们既可在不同的地点登岸旅游，又可随时回船休息，但这种游船旅游通常比较豪华，价格昂贵，加之游船航行速度的限制，比较耗费时日，所以收入低和闲暇时间较少的游客难以享用。

1981年以来，重庆东风船厂相继建成“神女”号、“三峡”号、“巴山”号、“蛾眉”号等多艘川江旅游船，武昌造船厂也曾设计建造了“扬子江Ⅰ号”旅游船。这些专用的豪华级旅游客船，上起重庆，下达武汉或上海，沿途游览良江两岸的风景名胜，对长江流域旅游资源的开发，起到了积极作用。“巴山”号、“蛾眉”号旅游船也采用了快速、性能优越的双层船型。

游艇是专供游览或水上运动用的小艇，是一种水上娱乐用高级耐用消费品。它集航

海、运动、娱乐、休闲等功能于一体，满足个人及家庭享受生活的需要。在发达国家，游艇像轿车一样多为私人拥有，而在发展中国家，游艇多作为公园、旅游景点的经营项目供人们消费，少量也作为港监、公安、边防的工作手段。游艇是一种娱乐工具这一本质特征，使它区别于作为运输工具的高速船和旅游客船。

国际标准游艇的规格是以英尺(ft，1ft=0.304 8m)计算的，从尺寸大小上分为3种：36ft以下为小型游艇、36～60ft为中型游艇、60ft以上为大型豪华游艇。有小型艇(6m以下)、小型游艇(6～10.5m之间)、中型游艇(10.5～18m之间)、大型游艇(18m以上)。大型豪华游艇在尺度上分35～40m、41～44m、45～49m、50～54m和55～60m共5个等级。按照功能来划分，有运动型、休闲型和商务型游艇等。按品质划分则有高档豪华游艇、家庭型豪华游艇、中档普通游艇及廉价游艇。按材质划分有木质艇、玻璃钢艇、凯芙拉纤维增强的复合材料艇、铝质艇和钢质艇。随着经济的发展和居民生活水平的提高，游艇正在成为人们娱乐休闲的新消费品。特别是在发达国家，如美国、意大利、法国和英国等，各式各样的游艇需求越来越大，与此同时，这些国家又是游艇的主要产地。从全球游艇市场总体看，美国、意大利、法国和英国等欧美国家主导着市场。2010年中国已经有200多家游艇制造企业，产值超过1 000万的企业就有30多家，这些企业主要集中在深圳、上海、青岛、天津、厦门、珠海等城市。沿海有游艇100多艘，主要集中在青岛、深圳等地。与发达国家平均每171人拥有一艘游艇相比，中国游艇的人均占有量仍有巨大提升空间。可以预见，随着经济的进一步发展，人们生活观念的逐步转变，游艇业将会在中国得到迅猛发展。

邮轮(Passenger Liner)是指航行于大洋的班轮、邮船客船。古代邮轮是邮政部门专用的运输邮件的交通工具之一，并且同样运送旅客，但一般的邮轮均带有游览性质。由于在邮递服务的初期，洲际的邮递服务都是依靠邮务轮船将信件和包裹由此岸送到彼岸，这些英国轮船往往须要悬挂英国皇家邮政的信号旗。在1850年以后，英国皇家邮政允许私营船务公司以合约形式，帮助他们运载信件和包裹。这个转变，令一些原本只是载客船务公司旗下的载客远洋轮船，摇身一变成为悬挂信号旗的载客远洋邮务轮船。“远洋邮轮”一词，便因此诞生。但由于后来喷气式民航客机的出现，远洋邮轮渐渐丧失它的载客、载货功能和竞争力；远洋邮轮的角色，亦由邮轮演变为只供玩乐的游轮。所以严格来说，现在一些旅程或长或短的玩乐式邮轮，由于丧失了运载信件和包裹的功能，只能称之为游轮，而不是邮轮。跟远洋邮轮不同的是，游轮通常不会横渡海洋，而是以最普遍的绕圈方式行驶，起点和终点港口通常亦是同一港口，旅程通常亦较短，少则1～2天，多则1～2星期。游轮旅游已成为国际旅游业的一个重要部分，2006年全球的总载客量数以百万计。现代游轮是旅游性质的，就像是流动型的大酒店。船上娱乐设施应有尽有，是旅游目的地。这个行业目前在欧美规模庞大，有300～400条邮轮，每天带着大量游客航行于加勒比海、巴哈马、百慕大、阿拉斯加、夏威夷、墨西哥湾、地中海、北欧等世界100多个国家和地区。

4. 航空旅游交通及其特点

航空运输是国际旅游者使用最频繁的交通方式之一，世界上约35%的国际旅游者乘飞机旅行。旅游航空交通(Travel Air Traffic)是指以机场为客运站场，以飞机为客运工具，

以航空线为客运线路，从事远距离旅游运输活动的旅游交通运输方式。其特点表现为速度较快、航程远和乘坐舒适，是旅行速度最快的现代旅游交通方式。航空交通相对缩短了始发地与目的地之间的旅行距离，因此使得航空旅游成为国际旅游最重要的交通方式。然而由于航空运输基础设施建设和运营成本远远高于其他交通方式。旅游运营商会根据旅游服务的需求采取旅游包机的方式提供旅游航空交通服务。

喷气式民用客机巡航速度一般为 900km/h 左右，比行驶在高速铁路上的列车快 2～3 倍，比行驶在高速公路上的汽车快 8～10 倍，比高速远洋游船快 15～24 倍。运输速度快有利于减少旅游者在途的旅行时间和旅行的疲劳感，相应地增加实际游览时间，符合旅游者对“旅速游慢”客运方式的基本要求。

航空旅行的主要优点是快速和舒适，尤其适用于远程旅行。作为现代大众旅游的主要旅行方式之一，航空客运主要分定期航空服务和包机服务两种。定期航班服务是指在既定的国内或国际的航线上按照既定的航班时刻表提供客运服务。定期航班服务的最大特点是运营有保证，旅行省时而抵达迅速。然而，由于成本方面的原因，定期航班也是较昂贵的交通方式。包机服务是一种不定期的航空包乘服务业务，随着 20 世纪 60 年代以来大众旅游的兴起，旅游包机业务有了很大的发展。同定期航班业务相比，包机业务有一定的经验优势，主要表现在：票价较低廉，因而对市场的吸引力较大；不必按固定的时刻表飞行，一般也没有固定的经营航线。

从旅游业自身的发展规律看，凡是交通运输业发达的国家和地区，其旅游业相对较发达。中国国际旅游业首先发源于北京、上海、广州等交通运输业发达的航空口岸城市，然后向交通运输业较发达的其他大、中城市发展，之后才向交通运输业比较落后的偏远城市和地区发展。旅游业发展的现状和现实证明，旅游业的产生和发展离不开交通运输业。良好的交通运输条件，可以促进旅游业的发展，否则将制约旅游业的正常发展。随着现代旅游业向更高层次和专业化方向发展，客观上要求有更高层次和专业化特征的交通运输与之相适应。这就必须重视发展现代旅游交通运输业，以便更好地满足现代旅游者的需求。

阅读材料 3-2

中国民航发展沿革

中国古代发明和创造的风筝、火箭、孔明灯、竹蜻蜓等飞行器械，被认为是现代飞行器的雏形。从 18 世纪后半叶，气球、飞艇先后在西方研制成功。1840 年鸦片战争后，西方的航空知识传入中国。1924 年国共合作时期，孙中山领导的革命政府建立了航空学校和修理工厂，并派学生和部分教官去苏联深造。在国外学习航空的留学生和华侨云集广东，中国航空事业开始兴起。由于国民党政府的腐败和日本发动侵华战争，使中国航空事业遭到重大破坏。直到 1949 年，中国的航空事业还十分落后，发展极为缓慢，中华人民共和国成立后，才真正获得了迅速发展。特别是十一届三中全会以来，我国民航事业无论在航空运输、通用航空、机群更新、机场建设、航线布局、航行保障、飞行安全、人才培训等方面都持续快速发展。取得了举世瞩目的成就。回顾中国民航的发展，可以将其发展归纳为 4 个阶段。

1. 第一阶段(1949—1977 年)

1949 年，我国民用航空局成立，同年 11 月 9 日，中国航空公司、中央航空公司总经理刘敬宜、陈卓林率两公司在香港员工光荣起义，并率领 12 架飞机回到北京、天津，为新中国民航建设提供了一定的物质和技术力量。1950 年，新中国民航初创时，仅有 30 多架小型飞机，年旅客运输量仅 1 万人，运输总周转量仅 157 万吨千米。

1958 年 2 月 27 日，国务院通知：中国民用航空局自该日起划归交通部领导。1958 年 3 月 19 日，国务院通知：全国人大常委会第 95 次会议批准国务院将中国民用航空局改为交通部的部属局。

1960 年 11 月 17 日，经国务院编制委员会讨论原则通过，决定中国民用航空局改称“交通部民用航空总局”，为部属一级管理全国民用航空事业的综合性总局，负责经营管理运输航空和专业航空，直接领导地区民用航空管理局的工作。

1962 年 4 月 13 日，第二届全国人民代表大会常务委员会第五十三次会议决定民航局名称改为“中国民用航空总局”。

1962 年 4 月 15 日，中央决定将民用航空总局由交通部属改为国务院直属局，其业务工作、党政工作、干部人事工作等均直归空军负责管理。这一时期，民航由于领导体制几经改变，航空运输发展受政治、经济影响较大，1978 年，航空旅客运输量仅为 231 万人。

2. 第二阶段(1978—1986 年)

1978 年 10 月 9 日，邓小平同志指示民航要用经济观点管理。1980 年 2 月 14 日，邓小平同志指出：“民航一定要企业化”。同年 3 月 5 日，中国政府决定民航脱离军队建制，把中国民航局从隶属于空军改为国务院直属机构，实行企业化管理。这期间中国民航局是政企合一，既是主管民航事务的政府部门，又是以“中国民航(CAAC)”名义直接经营航空运输、通用航空业务的全国性企业。厂设北京、上海、广州、成都、兰州(后迁至西安)、沈阳 6 个地区管理局。1980 年，我国民航全年旅客运输量仅 343 万人；全年运输总周转量 4.29 亿吨公里，居新加坡、印度、菲律宾、印尼等国之后，列世界民航第 35 位。

3. 第三阶段(1987—2091 年)

1987 年，中国政府决定对民航业进行以航空公司与机场分设为特征的体制改革，主要内容是将原民航北京、上海、广州、西安、成都、沈阳 6 个地区管理局的航空运输和通用航空相关业务资产和人员分离出来，组建了 6 个国家骨干航空公司，实行自主经营、自负盈亏、平等竞争。这 6 个国家骨干航空公司是：中国国际航空公司、中国东方航空公司、中国南方航空公司、中国西南航空公司、中国西北航空公司、中国北方航空公司。在组建骨干航空公司的同时，在原民航北京管理局、上海管理局、广州管理局、成都管理局、西安管理局和沈阳管理局所在地的机场部分基础上，组建了民航华北、华东、中南、西南、西北和东北六个地区管理局，以及北京首都机场、上海虹桥机场、广州白云机场、成都双流机场、西安西关机场(现已迁至咸阳，改为西安咸阳机场)和沈阳桃仙机场。6 个地区管理局既是管理地区民航事务的政府部门，又是企业，领导管理各民航省(区、市)局和机场。

这个阶段，航空运输服务保障系统也按专业化分工的要求相应进行了改革。1990 年，在原民航各级供油部门的基础上组建了专门从事航空油料供应保障业务的中国航空油料总公司。该公司通过设在各机场的分支机构为航空公司提供油料供应。属于这类性质的单位还有从事航空器材(飞机、发动机等)进出口业务的中国航空器材公司；从事全国计算机订票销售系统管理与开发的计算机信息中心，为各航空公司提供航空运输国际结算服务的航空结算中心以及飞机维修公司、航空食品公司等。

1993年4月19日，中国民用航空局又改称“中国民用航空总局”，属国务院直属机构。12月20日，中国民用航空总局的机构规格由副部级调整为正部级。

4. 第四阶段(2002年至今)

1978～2002年的20多年中，我国民航运输总周转量、旅客运输量和货物运输量年均增长分别达18%、16%和16%，高出世界平均水平两倍多。2002年，民航行业完成运输总周转量165亿吨千米、旅客运输量8 594万人、货邮运输量202万吨，国际排位进一步上升，成为令人瞩目的民航大国。

2002年3月，中国政府决定对中国民航业再次进行重组。主要内容有：①航空公司与服务保障企业的联合重组。民航总局直属航空公司及服务保障企业合并后于2002年10月11日正式挂牌成立，组成为六大集团公司，分别是中国航空集团公司、东方航空集团公司、南方航空集团公司、中国民航信息集团公司、中国航空油料集团公司、中国航空器材进出口集团公司。成立后的集团公司与民航总局脱钩，交由中央管理；②民航政府监管机构改革。民航总局下属7个地区管理局(华北地区管理局、东北地区管理局、华东地区管理局、中南地区管理局、西南地区管理局、西北地区管理局、新疆管理局)和26个省市级安全监督管理办公室(天津、河北、山西、内蒙古、大连、吉林、黑龙江、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、青岛、河南、湖北、湖南、海南、广西、深圳、重庆、贵州、云南、甘肃、青海、宁夏)，对民航事务实施监管；③机场实行属地管理。按照政企分开、属地管理的原则，对90个机场进行了属地化管理改革，民航总局直接管理的机场下放所在省(区、市)管理，相关资产、负债和人员一并划转；民航总局与地方政府联合管理的民用机场和军民合用机场，属民航总局管理的资产、负债及相关人员一并划转所在省(区、市)管理。首都机场、西藏自治区区内的民用机场继续由民航总局管理。2004年7月8日，随着甘肃机场移交地方，机场属地化管理改革全面完成，也标志着民航体制改革全面完成；④除了六大航空集团公司外，还有一些地方航空公司在近些年发展迅速，为我国民航事业做出了重要的贡献，如海南航空股份有限公司、上海航空股份有限公司、深圳航空股份有限责任公司、四川航空股份有限公司等。

5. **现代特种旅游交通方式及其特点**

现代特种旅游交通(Special Transportation)是指受旅行习俗、地理环境、科技发展水平等因素的影响，没有统一固定模式，其客运站场、客运工具、客运线路多种多样，主要从事游览性运输活动的现代旅游交通方式。它主要是指除人们常规的、传统的旅游交通方式以外，为满足旅游者某种特殊需要而开展的现代专项旅游活动所产生的运输方式。它们是四大现代交通方式(水运、公路、铁路、航空)以外的对旅游起着辅助作用的交通方式，主要为旅游者提供新奇、惊险、独特的感受，从单纯的旅行观光转向趣味性、参与性。现代特种旅游交通处于不断的更新应用中。它们可以分为两类：一类是用于景点内的专用运输工具，如索道等；另一类是用于旅游城市的专用运输工具，如地铁、轻轨、有轨电车等。

特种旅游交通方式具有优越的游览性。首先，它们在运输形式上千奇百怪，在功能上千差万别，能够满足旅游者求新、求奇、求特、求异的多样化特殊游览目的。其次，它们一般具有极强的参与性，多数可由旅游者亲自驾驭并从中得到独特、刺激的体验经历。最

后，它们的普及程度一般较低，有些只保留在偏远少数民族地区，有些只在实验基地进行小规模试运行，具有浓厚的民族、地方或科幻色彩，能够满足旅游者怀古和探知未来的特种需求。

特种现代旅游交通方式，如磁悬浮列车、游览索道、水翼船等，需要高科技运输工具，专用站场和专用线路，因而运输成本较高，运价也相应较高。运输站场、工具和线路的多样性，决定了特种交通方式的地域局限性和孤立性。它们彼此割裂，无法形成标准的网络体系，因而缺乏常规交通方式所拥有的高效客运功能和灵活性。

1）磁悬浮列车

以超导电磁铁相斥原理建设的铁路运输系统，区别于通常的轮轨黏着式铁路。其最高时速可以达到350～500km/h。总的来说，磁悬浮列车具有高速、低噪声、环保、经济和舒适等特点。磁悬浮有一大缺点，它的车厢不能变轨，不像轨道列车可以从一条铁轨借助道岔进入另一铁轨。这样一来，如果是两条轨道双向通行，一条轨道上的列车只能从一个起点驶向终点，到终点后，原路返回。而不像轨道列车可以换轨到另一轨道返回。因此，一条轨道只能容纳一列列车往返运行，造成浪费。磁悬浮轨道越长，使用效率越低。

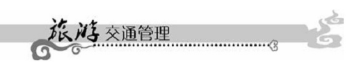
磁悬浮技术的研究源于德国，早在1922年德国工程师赫尔曼·肯佩尔就提出了电磁悬浮原理，并于1934年申请了磁悬浮列车的专利。1970年代以后，随着世界工业化国家经济实力的不断加强，为提高交通运输能力以适应其经济发展的需要，德国、日本等发达国家相继开始筹划进行磁悬浮运输系统的开发。

由于磁悬浮列车具有快速、低耗、环保、安全等优点，因此前景十分广阔。常导磁悬浮列车可达400～500km/h，超导磁悬浮列车可达500～600km/h。它的高速度使其在1 000～1 500km之间的旅行距离中比乘坐飞机更优越。由于没有轮子、无摩擦等因素，它比目前最先进的高速火车省电30%。在500km/h速度下，每座位每公里的能耗仅为飞机的1/3～1/2，比汽车也少耗能30%。因无轮轨接触，震动小、舒适性好，对车辆和路轨的维修费用也大大减少。磁悬浮列车在运行时不与轨道发生摩擦，发出的噪声很低。

上海磁悬浮列车专线是由中德两国合作开发的世界第一条磁悬浮商运线，西起上海轨道交通2号线的龙阳路站，东至上海浦东国际机场，专线全长29.863km。2001年3月1动工，2003年1月4日正式开始商业运营，是世界第一条商业运营的磁悬浮专线。这列当今世界上最酷的列车，带车头的车厢长27.196m，宽3.7m。中间的车厢长24.768m，14min内能在上海市区和浦东机场之间打个来回。上海磁悬浮列车是“常导磁吸型”（简称“常导型”）磁悬浮列车，是根据“异性相吸”原理设计的一种吸力悬浮系统，利用安装在列车两侧转向架上的悬浮电磁铁和铺设在轨道上的磁铁，在磁场作用下产生的排斥力使车辆浮起来(利用同名磁极相互排斥的原理)。置身其中，会体验到这架“陆地客机”所带来的奇异感受。它是21世纪理想的超级特别快车，世界各国都十分重视发展磁悬浮列车。目前，中国和日本、德国、英国、美国都在积极研究这种车。日本的超导磁悬浮列车已经过载人试验，即将进入实用阶段，运行速度可达500km/h以上。

2）客运索道

客运索道是指动力驱动，利用柔性绳索牵引箱体等运载工具运送人员的机电设备。客运索道按支撑物的不同分三大类：客运架空索道，利用架空的绳索支撑运载工具运送乘



客；客运拖牵索道，利用雪面、冰面、水面支撑运载工具运送乘客；客运缆车，利用地面轨道支撑运载工具运送乘客；按运行方式分循环式和往复式。

与其他运输工具相比，客运索道突出的特点是：可直接跨越山川和地面障碍，适应性强；运距短，节省行程时间；结构紧凑，施工量小，对自然景观破坏小；低能耗（一般用电力驱动），无污染；投资比其他运输形式相对低，回收快。近几年客运索道在我国得到迅速发展。我国的客运索道多建设在旅游观光场所。例如天子山索道的建成开通，极大地改善了武陵源风景区的旅游交通环境，使游人花半日功夫上得天子山来只看一眼的遗憾，变成了间歇飞渡上山便可尽览天子山这“扩大的盆景，缩小的仙境”的迷人景色之享受。

3）水翼艇

水翼艇是一种依靠船体底部的特殊构造的水翼来航行的船舶。其特点是行驶在空气跟海水的界面上，以尽量克服水的阻力。

4）地铁

狭义上的地铁专指以地下运行为主的城市铁路系统或捷运系统；但广义上，由于许多此类的系统为了配合修筑的环境，可能也会有地面化的路段存在，因此地铁通常涵盖了都会地区各种地下与地面上的高密度铁路交通运输。中国第一条地铁线路始建于1965年7月1日，1969年10月1日建成通车，使北京成为中国第一个拥有地铁的城市。

地铁的优点为：①节省土地，由于一般大都市的市区地皮价值高昂，将铁路建于地底，可以节省地面空间，令地面地皮可以作其他用途；②减少噪声，铁路建于地底，可以减少地面的噪音；③减少干扰，由于地铁的行驶路线不与其他运输系统（如地面道路）重叠、交叉，因此行车受到的交通干扰较少，可节省大量通勤时间；④节约能源，在全球变暖的问题下，地铁是最佳的大众交通运输工具。由于地铁行车速度稳定，大量节省通勤时间，使民众乐于搭乘，也减少了开车所消耗的能源；⑤减少污染，一般的汽车使用汽油或石油作为能源，而地铁使用电能，没有尾气的排放，不会污染环境。

地铁的缺点为：①建造成本高，由于要钻挖地底，地下建造成本比建于地面高；②前期时间长，建设地铁的前期时间较长，由于需要规划和政府审批，甚至还需要试验，从开始酝酿到付诸行动破土动工需要非常长的时间，短则几年，长则十几年也是有可能的；③安全性差，虽然地铁对于雪灾和冰雹的抵御能力较强，但是对地震、水灾、火灾和恐怖主义等抵御能力很弱，地铁的构造导致极易因为这些因素发生悲剧，为此自地铁出现以来，工程师们就不断持续研究如何提高地铁的安全性。

5）轻轨

城市轨道交通中的“轻轨”与“地铁”相对应，城市公交系统中的有轨电车、导轨胶轮列车与城市轨道交通轻轨列车在技术上完全不同，因此不属于轻轨系统。城市轨道交通中的轻轨指的是在轨距为1 435毫米国际标准双轨上运行的列车，列车运行利用自动化信号系统。其特点有：①列车运行使用自动化信号系统；②列车运行使用专用轨道和车站；③列车运行最高速度一般为200km/h；④列车最大编组为4节；⑤轻轨线路单向每小时运量为1万到3万人（地铁可达3万到7万人）。

2001年12月28日，长春轻轨一期工程试车成功。至此，长春率先建成中国大陆第一条轻轨线路。大连快轨，是“大连城市快速轨道交通”的简称，是由大连金马快轨运营分

公司主要负责的现代化轨道交通。3 号线(站前—金石滩)于 2000 年 9 月开工建设，2002 年 10 月 1 日试通车，11 月 8 日试运营，2003 年 5 月 1 日正式运营。7 号线(开发区—九里)于 2009 年 12 月 28 日运营，线路全长约 63.45km，其中主线长 49.15km，支线长 14.3km，起点设立于大连老火车站，主线终点至大连金石滩国家旅游度假区(发现王国主题乐园)，支线终点至金州九里车站。全线共设 20 座车站，其中主线地面站 6 座，高架站 8 座，支线高架站 6 座，经过 20 座桥梁和 1 座隧道。大连快轨采用由“大连机车”自主研发的地铁 4B 型列车，沿线贯穿市区中山区、西岗区、沙河区、甘井子区以及金州新区，已经发展成为贯通大连市区和金州新区等新区组团的重要城市交通命脉。重庆轻轨指重庆轨道交通二号线和三号线。武汉轻轨列车使用了柔性接触网，以确保轻轨供电安全。据悉，这种供电方式在国内轻轨中尚属首次。接触网一般分柔性、刚性两种。武汉轻轨采用了柔性接触网，它具有很好的弹性，能提供更稳定的电能，保证列车运行时的安全。同时，供电钢轨带有 750V 的高压电，特意采用下面裸露、其他三面绝缘的设计，以避免触电事故发生。

6) 有轨电车

有轨电车是一种公共交通工具，亦称路面电车或简称电车，属轻铁的一种(以电力推动的列车，亦称为电车)。但通常全在街道上行走，列车只有单节，最多亦不过三节。另外，某些在市区的轨道上运行的缆车亦可算作路面电车的一种。由于电车以电力推动，车辆不会排放废气，因而是一种无污染的环保交通工具。

各种路面电车：①缆车，有些路面电车不以自带的电动机推动，而是使用钢索牵引，称为缆车。这些钢索通常由固定在某地的机器拉动；②低地台路面电车，1990 年起，开始有低地台的路面电车出现，乘客登上低地台路面电车时无需走上任何梯级，对行动不便的人士相当方便；③双层路面电车，有些地方的路面电车是双层的，现存世界上只有香港还行走着路面双层电车，而且占有重要地位；④香港的双层路面电车，现代的路面电车多数以集电弓或集电杆从架空电缆取得电力，曾经亦有很少数的路面电车透过埋设于地下的第三轨取电，但这种设计已被淘汰。

优点：对于中型城市来说，路面电车是实用廉价的选择。1km 路面电车线所需的投资只是 1km 地下铁路的 1/3；无需在地下挖掘隧道；相较其他路面交通工具，路面电车更有效减少交通意外的比率；路面电车以电力推动，车辆不会排放废气，是一种无污染的环保交通工具。

缺点：成本不及公共汽车低，对小型城市来说财政负担颇重；效率比地下铁路低：路面电车的速度一般较地下铁路慢，除非路面电车行驶的大部分路段是专用的(主要行驶专用路段的路面电车一般称为轻便铁路)；路面电车每小时可载客约 7 000 人，但地下铁路每小时载客可达 12 000 人。路面电车路轨占用路面，路面交通要为路面电车改道，并让出行车线；需要设置架空电缆。

7) 房车

房车的英文全称为 Recreational Vehicle，简称 RV。

房车又称“车轮上的家”，兼具“房”与“车”两大功能，但其属性还是车，是一种可移动、具有居家必备的基本设施的车种。其车上的居家设施有：卧具、炉具、冰箱、橱

柜、沙发、餐桌椅、盥洗设施、空调、电视、音响等家具和电器，可分为驾驶区域、起居区域、卧室区域、卫生区域、厨房区域等，房车是集“衣、食、住、行”于一身，实现“生活中旅行，旅行中生活”的时尚产品。

房车旅游在国外经过几十年的发展，已经是人们休闲旅游甚至生活中的一部分，而在中国，房车旅游还是新兴事物，尚处于起步阶段。目前主要以房车旅游俱乐部的形式向旅游者推广，旅游者大多采用租赁的方式出游，专门买旅游房车的人还很少。总部设在北京的中天行房车俱乐部是中国首家旅行房车俱乐部，也是中国唯一具有全国性服务网络的专业化旅游房车公司。2000 年中天高科特种车辆有限公司正式投产旅居房车，中国的房车产业在这一年真正迈出了自己的步伐。随后，中天在云南独资成立了大陆地区第一家专门经营房车旅游的俱乐部“神州之旅”房车旅游俱乐部，全面经营房车旅游业务，市场主要在云、贵、川三省。从 2002 年开始，房车旅游逐渐进入旅行社业巨头的眼界，同年的国庆节期间，中青旅总社将兴城作为房车旅游的第一个试点，独家推出了兴城房车三日游，非常成功。大陆地区其他的房车经营商主要有云南房车旅游公司、云南外运中惠旅行社、陕西美士达特种旅游汽车租赁公司等。现在全国部分城市的旅行社也开始尝试向游客推出房车旅游，如北京、西安、广州、上海等。

8）水陆两栖车

水陆两栖观光旅游车既可在陆地上行驶，又可以渡越江河，是机动灵活且多用途的现代化交通工具，能够适应不同客户的需求。

随着各种高新技术的发展和新科技的发明，美国推出了一种“超级水陆两用汽车”，它在公路上行驶的保险速度为 224km/h，在水面上行驶的速度为 114km/h。这款车采用了 200 多种高新技术，其中 86 项属于最新科技发明。

荷兰水陆两栖公交车的出现，让两栖车发挥了更多的作用，荷兰因其国家地势低，许多国土都处于海平面之下，这种情况，水陆两栖汽车在该国的实用性显得更加明显。因此，荷兰推出了一款水陆两栖公交车投放于鹿特丹运营，此车能够载着游客在公路和水路到处穿行，并且能在各个地点欣赏城市风光。这款车不仅吸引了很多的游客，而且成为了城市的新景观。

2002 年 10 月 01 日，我国河北省迁安市汽车修理工王宏君开着自己造的高速水陆两栖车参加了南京国际汽车节。据悉，整辆车除了发动机是购买的，其余所有的配件都是他自己的作坊造出来的。车的底盘采用双层设计，车体周围也是中空设计，不用外动力，车就能在水里浮起来，在水中靠螺旋桨驱动。

2005 年 05 月 23 日，北京汽车制造厂有限公司自主研发制造的旗舰水陆两栖车在第八届科博会上向公众展现了我国水陆两栖车的国际领先技术。这辆水陆两栖车分为 BJ5020XZH 和 BJ5020XZHE 型专用车，同时可选配 4JB1 柴油发动机和 SY492Q－4A 大马力汽油发动机；水上行驶时，采用了水上推进器，其动力来自分动箱后体预备动力输出轴，操纵分离器、离合十分方便；是一种既可越野行驶又可渡越江河、机动灵活的多用途现代化交通工具，能适应不同客户的需求。2007 年 12 月中旬，我国第 24 次南极科学考察队驾驶着水陆两栖全地形车在南极进行科学考察，该车首次登上南极大陆就在国内外引起了极大的反响。而所谓的水陆两栖全地形车，就是能够适应水上、沙漠、沼泽、雪地、森

林等各种复杂地形的新型特种车辆。由装甲兵工程学院教授贾小平带队研发的这种全地形车名为“西贝虎”，他们历经 4 年，从总体设计、样车研制到定型生产，完全自主研发，填补了我国全地形车领域的多项空白，各项关键技术指标均达到国际先进水平。

2009 年 05 月，中国青岛从澳大利亚引进第一辆水陆两栖巴士——冒险鸭。作为中国首例水陆两栖旅游项目，冒险鸭抢滩登陆青岛，开启中国水陆两栖旅游的里程碑，填补了国内旅游市场的空白。冒险鸭被列为青岛重大旅游项目，曾在央视《新闻联播》、《晚间新闻》、《朝闻天下》及央视中文国际频道、纪录频道获得广泛报道。据悉，2010 年，青岛冒险鸭将推出升级版更新换代的水陆两栖船。它综合了国外水陆两栖巴士的诸多优点，最奇特的是车身长着两个外伸的翅膀。据专家介绍，车身两边的翅膀类似船上的防摇鳍，将起到平衡海上行驶的作用，增强车身稳定性。之前，中国乃至世界上还从来没见过这种“长翅膀”的水陆两栖巴士，有业内人士预料，它的出场，对国内外游客来说，将是一个绝对特立独行的新鲜事物，具有非常可观的旅游前景。

纵观水陆两栖车的发展，相信在不久的将来，由先进的科技与技术制造出的水陆两栖车将会在人们的生活中得到更广泛的发展与应用，为人们带来更加便捷舒适的生活。

3.2 现代旅游交通方式市场细分

旅游者出行选择行为研究对了解旅客的实际出行需求状况、客运企业的市场营销和产品设计以及综合运输规划具有重要的意义。据不完全统计，旅游效果影响要素中，与住宿、饮食景点及其他服务消费等项目相比，60%左右的人将交通列为了首位。不管旅游业的发展如何变化，交通在旅游活动中始终占有重要地位。其主要表现在旅游活动中，大部分时间及旅行费用都消耗在了交通设施上。先进的交通工具不仅是构成现代旅游的必要条件，又是促进区域旅游业发展的重要因素。把握旅游者运输方式选择的影响因素，可以掌握旅客运输发展的动向，预测新的运输方式的旅游者分担率，把握未来运输市场的定向，有利于调整交通供给的数量和结构。

3.2.1 影响旅客运输方式选择的因素分析

影响旅游者运输方式选择的因素可以归纳为两类：一是出行者的外部环境，也就是各种运输方式的供给属性，包括可达性、运输速度、方便性、舒适性、安全性等；二是旅客本身的需求属性，包括出行目的、收入水平、方式偏好和出行时间价值等。

1. 供给属性对出行方式选择的影响

供给属性讨论的是旅客运输的外部环境特征。一般来说，旅客在出行时会对旅客运输的供给属性进行比较，选择适合自己需求的出行方式。运输供给是旅客进行方式选择时所无法直接控制的因素。运输供给条件不同，则所做出的方式选择决策也将不同。在短期内，旅客的选择对外部运输环境的影响可以被视为是既定不变的。而长时期内，这种影响作用将发生变化。如京沪通道 20 年前只有速度为 50km/h 左右的普通公路班车、速度为 70km/h 左右的铁路客车和民航客运几种方式，而如今可供选择的运输方式包括：速度可达 100km/h 的高速公路长途客车，夕发朝至、速度可达 160km/h 的京沪铁路客车和速度

可达 800km/h 的民航班机。2010 年京沪高速铁路建成通车，该通道内的旅客出行有了更多的选择。供给实质上是各种运输方式的技术经济特性，包括安全性、舒适性、快速性、便利性、准时性、可达性和运输价格等。票价、速度、安全性都是旅客综合考虑的最主要因素；舒适性和能否直达则是各类乘客附带关心最多的因素。目前，在我国由于仍存在一定程度的时间性、地域性、方式性的运输短缺现象，在一定程度上限制了旅客选择出行方式，使旅客的出行方式选择发生了因短缺引起的强制性替代，造成供给属性对出行方式选择作用的扭曲现象。为便于讨论和分析，在此主要分析运价和旅行时间对出行方式选择的影响。

1）运价高低的影响

各种运输方式运价的高低，是旅游者选择出行方式的一个重要考虑因素。运价的高低通常与舒适性、服务水准成正向变动关系。从各种运输方式的运价率比较来看，500km 以内，铁路优质优价列车的硬座运价率与高速公路运价率比较接近，1 000km 以上铁路软卧运价率与飞机运价率之比为 1∶2。单纯从运价的角度来看，500km 以内铁路与公路相互替代性十分明显，竞争非常激烈。1 000～1 500km 铁路运价明显低于航空，在竞争中处于有利地位。

在经济发达地区，旅游者对运价变化的承受能力高，换言之，当票价适当上涨时，客流量不会明显地减少，运输企业的总收益将会上升；当票价适当降低时，客流量也不会明显增加，企业的总收益将会减少。反之，在经济不发达地区，旅游者对运价变化会比较敏感，当票价上涨时，客运量会明显减少，企业的总收益将会减少；票价降低时，客运量会明显增加，企业的总收益将会上升。

运输方式价格的变化，也就是运输比价的变化情况是影响运输方式市场占有率的重要因素。高速铁路经营者可以通过调整运价来调整市场占有率。而运价的水平和运输成本密切相关，因此在建设运营中需要大力控制建设和运营成本。同时在运输速度相对不变的情况下，还可以通过改变运输方式的便利性、提高服务水平等措施吸引旅游者，提高市场占有率。

2）旅行时间的影响

旅行时间是影响客流的另一个重要因素。在其他条件不变时，当旅行时间缩短，旅游者会对旅行服务感到满意，客流量在一定范围内会随旅行时间的减少而增加。反之，当旅行时间延长，客流量会减少。而且，在不同地区，人们的时间价值存在差异，旅行时间变化所导致的运量变化的幅度不同。通常，各种运输方式的旅行时间弹性与各地区经济发展水平、居民收入水平、居民的平均时间价值等因素有关。在一般情况下，地区经济发展水平高、居民收入水平高，居民的平均时间价值就大，旅游者对出行方式的旅行时间越看重。换言之，当旅行时间适当减少时，客流量的增加将很明显，企业的总收益将会上升；当旅行时间延长时，客流量的减少将很明显，企业的总收益将会减少。反之，在经济不发达地区，居民的平均时间价值小。

3）舒适性

舒适性是旅游者在选择交通方式时考虑的主要指标之一，它包括交通工具运行的平稳性，坐席的舒适性，旅游者在旅行过程中就餐、如厕及身体活动的方便性等。此外，旅游

者乘车的疲劳度也影响交通方式的舒适性，一般旅游者在旅行 3h 后疲劳感觉开始逐渐强烈。

此外，发车时间、发车频率、安全性等也属于供给属性，也会对旅游者出行方式选择产生影响。

由于交通供给在很大程度上决定了运输需求的结构，个体的旅客运输需求是按照个人效应最大化进行运输方式选择，而作为交通基础设施的提供者需以整体效益的最大化为目标进行交通基础设施的规划、建设，提供社会资源(包括土地、能源、安全性)等占用最小、建设成本及运营成本最小的运输方式，为旅游者出行提供服务。

在一定的具有替代性较强的两种以上运输方式存在的情况下，个体旅游者总是倾向于选择更加舒适和更加个性化的、更加便利的运输方式，而该种方式可能不是最环保和最可持续发展的，与全社会可持续发展和和谐发展的根本目标有出入。因此，政策制定者需要根据旅游者对各种影响因素的敏感度，通过运价、运输供给等引导旅游者选择更加环保、社会效益更大的运输方式；还可以通过改善一些运输方式的便利性、提高运输服务水平来提高该方式的市场占有率。

例如，为吸引旅游者选择铁路这种可持续发展的运输方式，通过建立综合性的运输枢纽的方式，使铁路旅客可以在铁路站点很方便地换乘城市地铁、城市公交，同时提高铁路运输的准点率等，以使该种符合可持续发展理念的运输方式占有更大的市场份额。

2. 需求属性对出行方式选择的影响

需求属性是指从出行者自身利益出发来考虑出行方式的选择问题。影响客运方式配置的需求属性主要由旅客本身的属性决定，包含出行距离、收入水平、出行目的、时间价值、对旅游交通的知觉、偏好和生理状况等诸多因素。

1）出行距离

出行距离直接影响到旅游者对交通方式的选择。居民短途旅游以火车为主，而中远程旅游则以飞机为主。中长距离出行一般是指出行距离大于 200km 的旅客出行。随着社会经济的发展和交通方式技术水平的提高，中长距离出行已成为人们生活中交通出行的一个重要组成部分，出行方式主要为公路、铁路和航空 3 种运输方式。对于北京周边短途旅游而言，火车和旅游巴士选择意愿集中。近年来人们选择自驾游的比重也在加大，据调查，有 55.7%的城镇居民表示愿意在节假日短途游中选择自驾车出行。不过，随着出游距离的延伸，自驾车出行的意愿也就随之降低，对于中远途旅游来讲，以前居民出游工具首选的火车逐渐被飞机代替，选择飞机出游的居民达到 45.5%。

2）收入水平的影响

收入水平是旅游者对出行方式选择的重要的影响因素，或者可以说是限制因素。在收入水平较低时，旅游者出行往往会选择价格较低的出行方式；随着收入水平的提高，人们有能力支付较高的费用，往往会选择价格较高的出行方式，以获得更加便利、快捷、舒适的运输服务。通常收入越高的旅游者越倾向于选择飞机、小汽车、客运专线等交通方式；收入越低的旅游者越倾向于选择既有铁路出行。

随着人民收入水平的提高，铁路、水运的旅客周转量市场份额呈下降趋势，而公路、航空的旅客周转量市场份额呈上升趋势；铁路旅游者周转量比上年增长幅度小于全社会增



长幅度，水运的旅游者周转量比上年增长为负数，公路旅客周转量比上年增长幅度与全社会增长幅度持平，航空旅游者周转量比上年增长幅度远大于全社会增长幅度。旅游者出行方式选择结构的变化，说明公路为旅游者提供的门到门的便利服务，单位时间发车频率大，时间上的灵活性大，受到中短途旅游者的青睐。航空旅游运输的快捷、舒适和较高的服务水准也吸引着越来越多的中长距离旅游者。

3）出行目的的影响

人们出行有各种各样的目的，这是运输需求之所以成为派生需求的根源所在，出行行为实际上只是为达到出行目的的一种从属行为，因此，不同的出行目的，必然会对出行方式的选择产生不同的影响。出行目的虽然多种多样，但对旅游者运输而言，大体上可分为公务、观光、探亲、购物、科考、疗养及其他。从中可以直观地看出出行目的对旅游者运输方式选择的影响：以公务旅游为出行目的的旅游者，倾向于选择客运专线、飞机、小汽车等快速、舒适的交通方式，以探亲为旅游目的的旅游者偏向于选择既有铁路。如某旅游者要马上到外地参加商务谈判，这时他很可能选择高速的交通方式，而忽视出行费用；而作为一个观光旅游者，他可能会充分地权衡各种方式的利弊，最终做出明智的出行方式和路线选择。据中国民航的调查显示：公务旅游者仍是民航客源的主要部分，但所占比例逐年下降；而非公务旅游者逐年大幅上升，已成为民航客源的重要部分。由此可见，航空运输正在逐渐“亲近大众”。

4）出行时间价值的影响

旅游者的时间与旅游者的收入类似，也是出行方式选择中的一个重要的限定性条件。时间也是一种资源，既然是资源那就存在价值。旅游者出行需要占用时间，所以旅游者出行也就存在时间价值的问题。而出行的时间可长可短，旅游者出行时间的节省也就为其节省了价值。旅游者时间价值可分为资源价值和行为价值。旅游者时间的资源价值是从全社会角度评价时间的价值，主要用于交通运输投资项目评价；站在旅游者的角度，其时间的行为价值即旅游者选择某种交通方式而自然表现出来的价值，是交通运输项目作用于个人所产生的可以感知的效益。时间价值一般是指旅游者为节约单位出行时间所愿意支付的运输费用。从更广义的角度看，如果出行时间的节约能为旅游者带来货币形式或者非货币形式的收益，当这种收益不仅能够弥补所选较快出行方式与较慢出行方式之间的费用差，而且可能有剩余时，这就是出行时间价值的实际体现。旅游者的时间价值与其收入水平成正比，并且与出行目的密切相关。旅行时间弹性是在票价不变的情况下得出的，从效用函数可以看出，只要票价的提价价值小于节省出的时间价值，效用函数的绝对值就大。

5）对旅游交通的知觉

外出旅游要借助各种交通工具，随着社会进步，可选择的交通工具越来越多。选择什么样的交通工具，与旅游者对这些交通工具的知觉印象密切相关。

（1）对飞机的知觉。飞机是适用于远程旅游和讲究时效的商务旅游的交通工具，其特点是快速、方便，缺点是价格昂贵。乘坐飞机，安全是首要因素；其次是价格，对绝大多数尚未决定是否出游的人来说，大幅折扣机票将使他们极为动心；三是时间，包括起降时间、是否按时抵达目的地、中途着陆次数；四是空中服务质量。

（2）对火车的知觉。火车是国内中、近距离旅游的主要交通工具，其优点是票价低





廉，安全性强，可沿途观赏风景；缺点是购票不易，耗费时间。影响旅游者对火车的知觉因素有：一是运行速度，我国铁路已完成了第 6 次大提速，为人们旅行提供了便利；二是运行时间，是否准时正点运行，发车和抵达目的地的时间，中间停留次数；三是车上服务质量。

（3）对汽车的知觉。汽车是近距离旅游和旅游景区内的交通工具，包括私人小汽车、公共客运汽车和长途公共汽车。高速公路的发展，为汽车旅游提供了便利。随着社会经济的发展，我国拥有私人小汽车家庭的比例不断上升，选择自驾车旅行度假的旅游者不断增加。汽车旅游最大的优点是方便灵活，缺点是舒适度较差，路况拥挤。

（4）对轮船的知觉。轮船主要包括渡轮和邮轮。随着航空客运的兴起、铁路客运的发展、公路客运的崛起，远洋客运业务逐渐衰落。但是，随着现代旅游的发展，被称为游船的短程海上巡游和内河观光业务日渐兴起。游船舒适度好，船上服务有特色，旅途过程本身就是游览，但受气候影响较大。

（5）对特殊交通工具的知觉。为方便旅游者游览观光，一些特殊的交通工具也受到人们的青睐，例如景区内的电动游览车、羊车、马车，融交通和娱乐于一体；乘坐缆车既能避免上山下山过度消耗体力，又能以另一种视角观赏风景；还有一些民族地区的溜索，架在深山峡谷中、有惊无险，这些交通工具都由于其独特性容易引起游人的兴趣。

此外，旅客选择偏好、职业、年龄、性别等也属于旅游者的需求属性，也会对旅游者选择出行方式产生影响。

综上，旅游者在选择旅游交通运输方式时，主要受价格和费用、距离和时间、收入和旅游经验等因素的影响。价格对旅游者选择交通方式的敏感性表现在，价格和费用发生变化时，会使旅游者对交通工具做出不同的选择。时间对旅游者选择交通方式也有一定影响。例如，乘豪华游艇漫游，对绝大多数青年旅游者来说难于考虑；家庭收入高、可支配收入多时，旅游者一般会选择舒适、快捷的旅游交通工具。旅游经验也对旅游者产生影响。如果旅游者觉得某种交通工具是最好的旅行方式，这往往再次成为他们选择的方式。

根据以上分析，从供给属性来看，我国在制定交通发展规划、旅客运价及相关政策时，要考虑我国旅游者运输的特点，要考虑运价弹性、旅行时间弹性对运量的影响。旅游者运输企业在制定客运产品策略、运价策略时，要依据区域经济发展水平，分析本地区运价弹性、旅行时间弹性。从需求属性来看，随着人们收入增长，生活水平的不断提高，旅游者对时间性的要求优于经济性的要求。近年来，民航旅游者周转量增长幅度高于国民经济的增长幅度，水运旅游者周转量不断萎缩，也验证了这一变化趋势。为此，公路运输大力发展高速公路，铁路运输已进行了 6 次提速，以满足旅游者对旅行速度的要求。作为铁路客运企业，必须考虑到我国地域辽阔、各地经济发展不均、乘客文化背景不同、风俗习惯多样等特点，在制定客运产品策略时，应将中长途旅游者运输作为发展重点，增开直通客车、夕发朝至客车，发挥铁路在中长途运输中的优势；合理安排列车开行结构，对中长途旅游者运输和中西部地区，应合理确定特快列车、快速列车和普通旅游者列车的开行结构，保留一定比例的“绿皮车”（普通列车），以满足中低收入旅游者群体对经济性的要求；重视运输产品开发，在大中型城市密集地区开行城际列车，以小编组高密度的运输方式，实现城市间的公交化运输；在经济发达地区，增加新型列车、高等级列车的比重，提

升列车硬件设施的档次，以满足旅游者对舒适性的要求；适应度假休闲等多样化客流的需求，努力开发旅游专列等新兴的季节性、休闲性、专题性客运市场。在制定运价策略时，应针对我国客运市场的特点，通过采取灵活的、不同形式的运价策略，激活客运市场，增强铁路客运企业的市场应变力和竞争力，扩大市场份额，提高经济效益。

3.2.2 旅游交通产业内部分工与协作

1. 各种交通方式的优势和劣势

一般而言，旅游交通产业是依据运输活动的地理特征进行内部分工的，即公路、铁路承担陆路运输，航空承担空中运输，水路承担水上运输，特种交通方式承担特殊地理环境的运输。然而，在多种交通方式并存的现实生活中，旅游者往往不是根据运输活动的地理特征来选择交通方式的，而是依据交通方式的运输速度、距离、价格、舒适性、游览性、灵活性等综合优势来决定旅行方式。各种旅游交通方式都拥有各自的运输优势和劣势。能够满足不同运输需求旅游者的特定需要，并据此在不同的运输细分市场上占据着主导地位。因此，综合评价各种交通方式的优势与劣势，并据此进行产业内部分工，有利于优化旅游交通产业结构，强化各种交通方式的优势功能，提高整个产业的市场适应力和竞争力。

2. 各种旅游交通方式主导不同的市场

旅游交通运输一级市场由短距离、中距离、长距离 3 个二级细分市场组成。每一个二级市场又可根据运输速度细分为低速、中速、高速 3 个三级市场。每一个三级市场又可根据运输价格细分为低档、中档、高档 3 个四级市场。在二级市场，公路和特种交通方式占据短距离细分市场的主导地位，铁路和水运占据中距离细分市场的主导地位，航空和远洋游船交通方式则占据远距离细分市场的主导地位。在三级市场，公路、水运、特种传统交通方式主导低速细分市场，铁路主导中速细分市场，航空、特种高科技交通方式主导高速细分市场。在四级市场，公路、水运、特种传统交通方式主导低档细分市场，铁路主导中档细分市场，航空、游船和特种高科技交通方式主导高档细分市场。

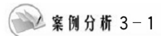
3. 旅游交通产业内部分工的特点

产业内部分工具有逐级细化的特点。随着旅游交通市场细分程度的加深，旅游需求的条件越来越多，能够满足特定需求条件的交通方式在类型上呈逐级减少的趋势．甚至会出现断档现象。比如，在一级市场 5 种旅游交通方式都符合市场需求，在二级市场的 3 个子市场中各有两种主导交通方式，在三级市场的 9 个子市场中多数只有一种主导交通方式，而在四级市场的 27 个子市场中有 3 个子市场没有任何交通方式能够满足特定的市场需求条件。产业分工逐级细化的特点是各种旅游交通方式合理分工的基础，只有把市场需求特点和各种交通方式的自身优势相结合，才能建立功能分明、竞争有序、供求平衡的高效产业结构。

产业内部分工的另一个特点是：随着市场细分的深入及市场供给断档趋势的出现，交通方式开始进行近似供给，即近似满足特定需求的交通方式成为断档子市场的主导交通方式。比如，在四级细分市场的中档高速短距离子市场中，铁路并不具备短距离运输优势，

但却具备中档、高速两项优势，因此以近似身份成为该市场的主导方式。产业分工近似供给的特点是各种旅游交通方式联合运输的基础，只有根据优势互补的原则进行产业协作，才能有效拓宽市场和增加需求，从而增强整个产业的发展后劲和潜力。

舒适性、游览性和灵活性也是影响旅游者选择交通方式的主要因素，因而也是旅游交通产业内部分工的重要特征。航空方式和远洋游船舒适性优势最明显，居商务、会议、度假运输市场主导地位；特种交通、公路、水运方式游览性突出，是专项旅游、游览、娱乐运输市场的执牛耳者；公路和铁路方式灵活性最佳，成为中转联运和衔接运输市场的主宰。值得注意的是；旅游者对舒适性、游览性和灵活性的追求往往不是单一的，而是综合统一的。比如，铁路运输的单项优贽并不十分突出，但是其融舒适性、游览性、灵活性于一炉的综合优势却十分明显，因而可以兼顾多种运输细分市场，具备了较强的市场适应能力和渗透能力。



案例分析 3-1

三种方式旅游比比谁更划算

对于相同的目的地、食宿标准和行程，眼下林林总总的出游方式中，到底哪一种方式性价比更高？同样是在国庆期间到山东九如山旅游的大光、小董和玲玲，根据自己的喜好和经验各自选择了不同的出游方式。

大光，男，24岁，媒体从业人员

出游方式：团队游　平均每人：740元

我在多家旅行社都看到“山东九如山之旅”，报团省去了自己计划线路、找酒店的时间和精力，经多方比较价格，最后报名了一个“纯玩汽车三日游价格约580元/人”的团队。这个旅游团10月1日发团，具体行程是：第一天早上在某地集合，乘大巴约5h到济南大峡谷——红叶谷风景区，到目的地后即用中餐、游览景区，其中有15元/人的电瓶车自理费用，然后乘大巴到下一景区用晚餐，住在商务酒店双人标准间；第二天起床、早餐后乘大巴约2h至九如山瀑布群，全程游览约5h，其中有约30元/人的电瓶车自理费用，下午乘车约2h至周村，然后自用晚餐、统一安排住宿；第三天早餐后乘大巴约2h至聊斋城，游览约2h，中餐后乘车返回天津。

我和女朋友一起报名时每人交了580元，加上旅途中的电瓶车自理费45元/人，这三天的常规花费总共是625元/人，两个人一共花了1 250元。其他费用还包括：出发前我们打车到集合地约10元/人，第一天的早点5元/人，两个人为10元，第二天的晚餐30元/人，两个人为60元，第三天的晚餐40元/人，两个人为80元，在景点买水约40元，打车回家约10元/人，这些花费平均每人还要增加115元左右。也就是说，这三天旅游如果不算购买纪念品的费用，两个人总共花费1 480元，平均每人花销为740元。

小董，男，25岁，外科医生

出游方式：汽车自驾游　平均每人：1 005元

我一直就喜欢自由行，可以自己安排时间，到了一个新地方虽说自然和人文等各方面都不熟悉，但也没有参团的紧张感，时间安排也更有效率。今年国庆假期我选择了旅行社开发的新线路“九如山”线。9月30日一早我和女友一起出发，从天津开车至济南，两地往返汽油费约300元，高速费200元，景点之间汽油费约150元。九如山瀑布群通票110元/人，聊斋园门票40元/人，周村古商城通票70元/人，红叶谷通票60元/人，欧洲城堡风情园入园票约30元/人，景点电瓶车费用约45元/人，两人共90元。三天共9顿饭加景点买水，价格约195元/人，两人共390元。两人三星级标准住宿约130元/晚，两晚

为 260 元。10 月 2 日傍晚回来后算了算，这趟旅游我们两人共花费 2 010 元，平均每人约 1 005 元。

伶伶，女，24 岁，国企职员

出游方式：火车自由行　平均每人：905 元

今年“十一”是我正式工作后的第一个国庆节，和男友商量后决定坐火车到山东游玩。我们买的 D347 次动车，由天津西站到达济南，10 月 1 日下午两点出发坐二等软座，每人单程车票 100 元，两个人往返路费合计 400 元。我们从网上预订济南当地酒店，两人三星级标准住宿约 100 元/晚，两晚共 200 元。景点之间交通方式为在当地打车，约 80 元/人，两人共计 160 元。九如山瀑布群通票 110 元/人，聊斋园门票 40 元/人，周村古商城通票 70 元/人，红叶谷通票 60 元/人，欧洲城堡风情园入园票约 30 元/人，景点电瓶车费用约 45 元/人，两人共 90 元。三天在景区就餐共 7 顿饭，加上景点买水，两人总共花费 280 元。10 月 3 日晚十点半到达天津，往返火车站的打车费用约每人每趟 15 元，两人往返合计 60 元。此趟行程共 3 天，两个人总共花费约 1 810 元，平均每人花费 905 元。

【案例点评】出门支招：“旅行社＋网络预订”提高性价比

对于既想要高性价比的出游方式，又要保证游玩高品质的游客来说，旅行社和网络预订相结合的方式是最佳选择，即从网上预订酒店、机票，从所在地区的旅行社预订门票。前不久刚从敦煌回来的小岩说：“从网上或者旅行社订门票最便宜了，一般景点都能便宜 20～200 元不等，具体还得看你去什么地方，像门票这类不会影响游玩质量的资源，当然是越便宜越好。”暑假到海南玩儿了一圈的建虹说：“我在团购网上订的酒店，打电话得知双人间原价是 198 元/天，团购价才 88 元/天，我和同学去玩儿，一天住宿就能便宜 100 多块，等于省出了一天的住宿费用。”

团购旅游须算小账。就像网购衣服收货后有时会发现面料或做工与图片相去甚远一样，旅游产品的团购同样会有很多网页上无法反映出的细节，游客团购时不但要横向对比同类产品的价格，还要纵向核算自己可能产生的各种费用，最终综合对比结果更划算的产品才是真正高性价比的资源。例如，网购安徽省某旅游景区的客房，同星级、同地段酒店的标准间价格从 180 元至 260 元之间不等，但 200 元以下的酒店不含接送机服务，游客自己租车前往除了要担负单程 25 元的车费外，如果航班时间较晚则叫车也很不方便；同时也有几家酒店的热饮用水要收费才提供，每壶水价格在 5～10 元。

除了细算额外费用，出游网购最好在预订之前先打探好商户的信誉度和实际情况。某旅游网站论坛上就曾有“驴友”透露，其在网上团购的景区饭店套餐看起来很划算，80 元的四菜一汤，可是到了景区就餐才发现，团购套餐菜量少得可怜，四菜一汤连一个人都不够吃，两人只好再点菜，且菜的价格很高，最后两人一顿饭总共花了近 300 元。

诸如此类，在旅游团购中总会出现些我们意想不到的小问题，但对于出门在外的游客来说却是很影响游玩品质和心情的大问题。所以，团购旅游不但要货比三家，更要多关注口碑和细节。

本 章 小 结

本章讲述了传统旅游交通工具的类型及其特点；现代旅游交通方式的类型及其特点；重点分析了旅游者对现代旅游交通方式的选择影响因素。

复习思考题

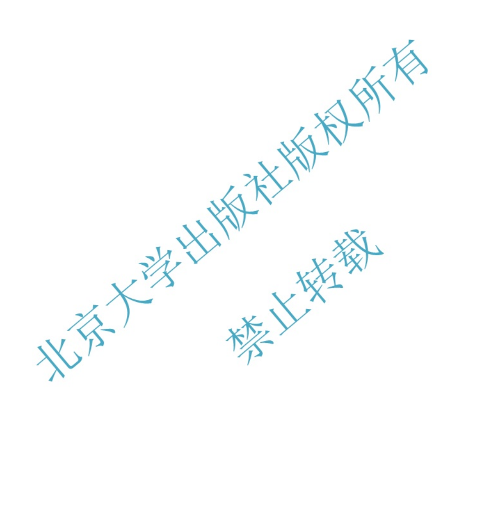
一、问答题

1. 现代旅游交通方式有哪几种类型？各有什么特点？
2. 以一次长距离旅游为例，阐述旅游交通方式的选择。

3. 专列这种出行方式这几年为什么越来越火爆?

二、名词解释

1. 公路旅游交通
2. 铁路旅游交通
3. 水路旅游交通
4. 现代特种旅游交通



第 4 章　旅游交通行业管理

学习目标与要求

（1）铁路运输业的管理体制及改革动向。

（2）公路运输业的管理体制及改革动向。

（3）水路运输业的管理体制及改革动向。

（4）民航业的管理体制及改革动向。

导入案例

青海将与西藏联手构筑世界上最“顶级”的旅游线

根据此前出台的《青藏铁路与旅游线网建设规划》，青海省将与西藏自治区联手，利用青藏铁路的优势，构筑世界顶级旅游线。根据规划，该旅游建设以西宁—拉萨铁路为主轴，把沙漠绿洲丝绸之路、唐蕃古道、穿越青藏高原沿横断山脉南下，以及沟通中、南亚等诸国的国际旅游线连成一个网系。同时，整个建设规划还包括顶尖旅游产品重点开发，从推出世界屋脊景观出发，加快与世界旅游接轨，开发特色旅游产品等。

在建设青藏旅游网中，青海、西藏将首先牵头与陕、甘、新、川、渝、滇诸省区联手，同时创造条件与南亚、东南亚诸国合作，制定不同的跨国旅游线路。另外，无论是景区景点建设，还是旅游配套设施，都将以一流的建设档次吸引旅游者。包括旅游设施与服务标准在内的一切建设，都将以适应国际旅游系列性规程为准则，使国际旅游者感受到青藏高原旅游是真正的顶级旅游模式。

4.1　旅游交通行业管理概述

4.1.1　旅游交通行业管理的含义

1. 行业

“行业”一词起源于中世纪，是按生产商品的种类和形态对手工作业进行的一种分类，所以生产同一类或大致相同种类商品和服务的企业可以划分为一个行业。行业概念的形成是社会自然分工和手工作业发展的结果，同时又是市场竞争的产物。它包含 3 个方面的内容：一是行业的包容性，即生产同类商品或者服务的企业都应该纳入同一行业；二是行业内部成员之间的平等性，行业内企业在一个大市场上相互竞争；三是行业的变化性，一方面是行业总体的变化，另一方面是行业内部和行业之间的变化。在社会经济发展的过程中，各个行业的内涵都不同程度发生过变化，尤其是在现代经济条件下，企业经营的内涵



越来越丰富，行业的外延不断扩大，行业的界限也越来越难以确定。行业的划分不仅是市场组织的需要，也是行业管理的要求。

2. 行业管理

行业管理是根据产品和劳务的不同属性在对企业进行分类基础上，由不同政府部门进行的归口管理，它是由政府部门或者行业组织通过规划、控制和制定政策、标准等手段来实现的，是一种总体的规划、管理和协调。行业管理提出是市场和行业自身发育到一定程度的必然结果。行业管理的实施则需要市场的进一步完备和行业发展机制的形成。行业发展机制代表了行业所有成员的共同利益，包括行业的自我保护机制、行业的自我约束和行业的市场促进机制 3 个方面。行业发展机制的形成又要依赖于行业管理体制的完善。

3. 旅游交通行业管理

旅游交通行业管理是指各级政府的旅游交通行业主管部门代表政府，在研究旅游交通行业内在规律的基础上，在政策制定、宏观调控、经济环境的创造、市场秩序的维护、总体供需平衡的调解、行业监督等方面进行行政管理。具体来说，它包括民航、铁路、公路和水路运输、旅游等行业主管部门对各种交通基础设施、交通市场秩序、服务质量等方面的管理。

从管理的主体来看，行业管理部门主要有两类：一是政府主管部门；二是行业组织。政府主管部门的职能是行政管理，目前，政府管理部门的职能正在实现 3 个转变——由微观管理转向宏观管理，由直接管理转向间接管理，由部门管理转向行业管理。为此，政府的行业管理职能要向两个方面分解：一方面是融入大的行业管理部门；另一方面是转入自律性的行业管理组织。

旅游交通行业管理的主体是国家旅游局和交通运输部。具体来讲，民航的行业管理者是国家民用航空局；铁路运输行业的行业管理者是国家铁路局；公路行业管理者是公路局；水路运输行业的管理者主要是水运局。

旅游交通行业管理的客体主要是旅游交通行业，具体的管理内容包括：旅游交通安全监管，培育、建设市场，质量管理，价格规范，人力资源管理。

管理的手段和方法主要是经济、法律、行政手段。随着经济体制改革的推进，特别是在我国已是 WTO 成员国的情况下，政府的行政管理也由原来的部门管理向行业管理转变。部门管理是传统计划经济的产物，即政府直接管理微观经济活动，其手段主要是行政指令；在市场经济条件下，政府的管理理念转变，实施以经济、法律和宏观调控为主要手段的行业管理，由直接管理转为间接管理，由微观管理转为宏观管理。

管理的目标是通过规范的管理，建立高效、合理的行业运行机制，为企业提供安全的市场竞争环境，为旅游者提供安全、高质量的旅游交通服务。

4.1.2 旅游交通行业管理的重要作用

1. 加强交通行业管理，是推进旅游交通基础设施建设的重要举措

在很多地区，旅游交通已经成为制约我国旅游业发展的瓶颈，区域内的海陆空三维立体交通网络没有形成，区域内甚至旅游城市内的精品景点处于彼此隔离状态，旅游者集散

功能薄弱，与日益壮大的旅游业不相匹配。究其原因，主要是由于旅游交通基础设施属于高投资项目，且技术性强，在旅游业“投资少、见效快”的投资理念的影响下，相比于旅行社、旅游饭店等投资热点，就显得“门可罗雀”。在这种情况下，为解决旅游交通的供需矛盾，旅游交通行业管理的主要内容之一就是创造良好的投资环境，大力吸引社会投资，建成合理的旅游交通网络，消除旅游交通对旅游业的瓶颈作用。旅游交通的建设主要有 3 个方面内容：已是旅游目的地的交通网络建设，使游客进入目的地内能够迅速散开，并且能够通过旅游交通的设计，欣赏到旅游目的地的精华景点，提高目的地的旅游价值；二是旅游城市间的交通网络建设，使游客能够进得来，出得去；三是省级区域间的交通网络建设，实现两边资源联合和共享。

在加大基础设施的同时，基础设施的管理要与之配套，以发挥其最大效用。这里，管理的重点是工程实施的质量，旅游交通行业管理部门必须采取强有力的措施，对基础设施工程实行事前审批、事中监督、事后评定的全方位管理，为交通运输提供有力保证。

2. 加强交通行业管理，是培养和发展统一开放、竞争有序的旅游交通运输市场的必然要求

发展旅游交通的根本任务是为了经济社会的发展和人民生活水平的提高，尤其是为了给人们的旅行提供优质的运输服务。而要实现这个目标，必须依托旅游交通运输市场这个载体。加强交通基础设施建设是达到这个目标的必要条件而非充分条件，真正健康的交通行业是基础设施和运输市场的全面发展。从我国旅游交通运输市场的现状来看，民航、铁路等行业还处于政府的严格管制之下，市场封闭，改革步履维艰。公路和水路行业虽然改革步伐较快，竞争较为完全，但是市场混乱，恶性竞争。我国加入 WTO 和中国旅游业的成熟化内在地要求交通运输市场的健康发展。目前我国交通市场处于改革阶段，新旧体制交叉并存，企业经营主体、经营设施、经营方式都将发生重大变化，这对旅游交通运输市场管理提出了严峻挑战，行业管理部门必须坚持交通建设和行业管理并重，“两手都要硬”，为旅游业的发展提供良好的交通条件。

4.1.3　旅游交通行业管理的原则

1. 市场化原则

在以往计划经济条件下，我国的旅游交通管理主要表现为政企合一的部门管理模式。国家旅游交通行政主管部门制订了全国旅游交通运输计划，企业必须严格按计划进行交通运输经营活动。在这种行政性高度集中的计划管理体制下，国家是唯一的旅游交通经济主体，全国是一个大企业，计划由国家下达，资金由国家划拨，工资由国家提供，销售，最后赢了国家赚，亏了国家赔。各个旅游交通企业只是全国大企业的分厂、车间或班组，因而没有自主经营权，缺乏活力，缺乏进行扩大再生产的积极性。目前，我国正在由社会主义计划经济体制向市场经济体制过渡，旅游交通管理适应市场经济的需要，也要由以前的计划模式向市场模式转变，由部门管理向行业管理转变。企业一律与政府部门脱钩，改变按行政级别配备和管理旅游交通企业干部的旧模式，走市场化道路，把旅游企业经营者从党政干部序列中分离开来，使经营者专心致力于企业的经营管理。行业管理机构作为政府

职能部门，要从计划经济转向市场经济，从直接管理转变为间接管理。

2. 科学管理和管理服务相结合的原则

现代管理靠的是适合国情的、科学完整的管理系统，尤其是全球经济步入信息时代，信息化、科学化是现代管理的大势所趋，而我国也处在建设中国特色社会主义市场经济的历史时期，在行业管理市场化的基础上，政府要采用科学的管理手段和管理理念。科学的管理手段就是管理信息系统在航空、铁路、水路等交通运输业中的应用；科学的管理理念就是“信息就是管理的手段，人才就是管理的资源”的理念，在管理实践中做到“以人为本”，充分发挥人的潜力。将交通客运的安全性列为行业管理的首要任务，确保人的生命和财产安全。科学的管理理念还体现在管理方式上，由“统治式管理”向“服务式管理”转变，增强政府为企业服务的功能。

3. 系统原则

行业管理是建立在系统论、控制论、信息论基础上的管理方式，系统论就是指在行业管理实践中要有大局观念，兼顾系统各组成部分的利益是指系统力量大于各方力量之和。由于旅游交通行业的交叉性和复杂性，民用航空业的主管部门是民航总局，铁路运输业的主管部门是国家铁路局，公路行业的主管部门是公路局；水路运输行业的主管部门是水运局，而旅游车船由旅游局来管。这就要求各个部门加强协调，从旅游交通行业的大局出发，不能搞行业割据，避免资源浪费和重复建设。

4.1.4 旅游交通行业管理模式

行业管理模式涉及“行业管理者”、管理边界和手段等方面。具体到旅游交通行业管理模式，就是要回答“谁来管理旅游交通行业”的问题。

现阶段，在我国行业协会机构还不健全的情况下，行业管理的实施主体主要是政府。我国旅游业实施“政府主导型”行业管理模式，旅游管理部门作为政府职能机构，代表政府行使行政权力。国家级省、市各级旅游主管部门负责制定当地旅游行业发展规划、旅游资源开发规划和项目审批、旅游市场准入、旅游市场检查监督、旅游企业市场行为的规范惩戒、旅游市场服务、旅游交通安全管理、旅游统计、旅游促销等行业管理工作。在这种全行业政府主导的大背景下，作为旅游业一个分支行业的旅游交通行业管理也应该实施“政府主导”。

1. 政府主导意味着要在旅游交通行业加强宏观调控

伴随着经济体制的改革，我国的交通运输业也经历着改革暴风雨的洗礼，民航、铁路等管理部门都在围绕“政企分开、企业进入市场”进行大刀阔斧的改革。这就要求政府加大宏观调控力度，其原因有二：一是这种改革本身是在政府的促使下进行的，而非市场自发。政府在这场改革中，处在“领航人”和“护航人”的位置。二是改革将带来混合经济主体的形成，多种投资主体进入，将行业完全交由市场来管会导致市场的混乱无序，最终受到侵害的还是消费者的利益，而且行业也不能实现可持续发展。

2. “政府主导”并不代表“政府主持”

所谓宏观调控，它与微观领导最大区别就在于管理手段和管理边界。宏观调控主要采

用法律手段和经济手段。政府明确自身的管理边界，该由政府管的事，一定要管好；该交给企业的权力，部门不该截留；可以通过市场解决的问题，政府不要横加干涉。旅游交通行业管理机构的管理重点是：突出交通发展战略重点，加强交通发展政策研究；加强政府机构的改革，重新定义政府的行业管理界限；加强交通立法，形成完备的交通法律体系；加强市场监管，培育完善的市场，维护市场的竞争性。

总之，就目前的状况而言，我国旅游交通行业管理的体制就是以“政企分开、市场运作、宏观调控”为特征的政府主导模式。

4.1.5　旅游交通行业管理者的地位和作用

交通行业管理者就是在交通运输管理机构中负有一定的管理责任，拥有相应的管理职权，并能通过管理业务活动影响交通运输活动有效进行的工作人员。交通行业管理者是政府行业管理活动的组织者，是政府行业政策的传达者和执行者，其素质高低直接影响行业管理的水平。

1. 行业管理者的作用

1）交通运输业的规划者

行业管理者的职责就是根据所管区域的自然条件、经济结构、运力、运量，以及交通运输的基础设施，合理地规划本地区规划期内交通运输的发展速度和发展规律，并且与更大区域内的整体交通网络互相衔接，确定本地区交通行业的发展政策及发展的总体目标。

2）交通行业管理的监督者

旅游交通市场的监督就是对于进入旅游交通市场的行为主体的市场资格、交换行为及交换质量等进行检查监督。通过检查监督，纠正和惩戒运输市场参与者不符合市场经济规则的经济行为。交通行业管理者还是交通法规的制定者和执行者，维护交通市场的公正原则，保证市场机制的正常运行和运输市场的稳定良好，促进全国或本区域交通事业的健康发展。

2. 交通管理者应具备的素质

1）综合的、先进的科学理论知识

旅游交通行业管理者既需具备交通专业的技术性知识，还要有旅游专业的经济知识，以及数学、统计学等方面的专业知识。旅游业是一个更新快、“赶时髦”、很有活力的行业，所以要想跟上潮流，行业管理者就要随时更新自己的知识，始终站在理论和实践的最前沿。

2）过硬的个人素质

首先，旅游交通行业管理者就是市场秩序的维护者，维护市场秩序包括立法和执法两个方面。所以行业管理者首先要有很强的法律意识、廉洁意识和良好的思想道德品质，才能做到依法行政。其次，还要有很强的指挥能力、组织能力和应变能力。交通行业的管理错综复杂，而且市场经济千变万化，应该学会适应不断变化的情况，不然就会坐失良机，给管理造成损失。



4.2 铁路运输的行业管理

铁路是世界上历史最悠久的现代交通方式之一。1825 年，英国工程师斯蒂芬森主持建造了世界上第一条铁路，从而开创了现代铁路交通新纪元。铁路具有速度快、运量大、运费低等特点，很快成为收入低、闲暇时间少的工薪阶层旅游者理想的交通方式。

铁路行业作为国民经济基础产业，在我国综合运输体系中占据重要地位。截止到2012年底，我国铁路营业里程已达 9.8 万千米，居世界第二位。铁路运输具有载运质量大、运行成本低、能源消耗少、安全快捷等特点，在中长距离客货运输方面具有绝对优势，近年来，随着城际铁路快速发展，铁路运输在大流量、高密度的城际中短途客运方面也表现出较强竞争力。

4.2.1 铁路行业管理体制改革的历程

新中国成立后，我国于 1949 年 10 月设置铁道部，铁道部对全国铁路事业实行半军事化管理，新中国交通运输管理体制从诞生之日起就具有浓厚的军事化和政企合一性质。20 世纪 80 年代以后，管理体制改革全面展开，逐步实行军政、政企分开的管理体制。从 1983 年开始，铁道部将以前的 20 个铁路局压缩到 13 个，逐步扩大企业自主权。1988 年，铁道部先后按照“精简、统一、效能”的原则，进行了“三定”（定职能、定机构、定编制）机构改革。改革的主要目的是转换职能、精简机构和下放管理权限。铁道部在机构改革中保持了传统的政企合一管理体制，但强化了宏观管理职能，并进一步下放权力，在 12 个铁路局实行经济承包责任制。2003 年，中国铁路体制改革方案成为媒体关注的焦点，其指导思想是：通过政企分开、企业重组，打破行业垄断，引入竞争机制。保持国家干线铁路网的统一调度指挥和统一规划建设；坚持总体规划、分步实施、配套改革、平稳过渡的原则，维护运输大局稳定、安全形势稳定、职工队伍稳定。总体目标是：政企分开，“网运分离”，引入竞争，加强监管。2005 年，铁道部又进行了以“撤销铁路分局，减少管理层次”为主要内容的改革，包括北京铁路分局在内的全国 41 个铁路分局正式撤销，将铁路原有的铁道部、铁路局、铁路分局、站段四级管理体制体制改为三级，推动了铁路建设和运营健康可持续发展，保障了铁路运营秩序和安全，促进了各种交通运输方式相互衔接，实行铁路政企分开完善了综合交通运输体系。2013 年 3 月 14 日第十二届全国人民代表大会第一次会议通过关于国务院机构改革和职能转变方案的决定，将铁道部拟定铁路发展规划和政策的行政职责划入交通运输部。交通运输部统筹规划铁路、公路、水路、民航发展，加快推进综合交通运输体系建设。组建国家铁路局并由交通运输部管理，它承担铁道部的其他行政职责，负责拟订铁路技术标准，监督管理铁路安全生产、运输服务质量和铁路工程质量等。组建中国铁路总公司，承担铁道部的企业职责，不再保留铁道部。铁路以往体制改革回顾见表 4-1。

表 4－1　铁路以往体制改革回顾

时间	改革思路	改革结果
1986	“投入产出，以路建路”的经济承包责任制改革	运行 6 年后，考虑到运行安全等问题被迫终止
2001	借鉴欧洲，试图把客、货、网三分开	试点的客运公司严重亏损，改革在 1 年 9 个月后被铁道部叫停
2003	借鉴日美，提出“网运合一、区域竞争”方案	由于铁道部和各地方铁路局的主辅业尚不清晰，方案被搁置
2003	铁道部启动主辅分离改革	中铁物资总公司、铁通公司移交国资委；部署勘察设计院和铁路局；所属设计施工企业移交国资委下属的工程总公司和建筑总公司；学校、医院和公检法移交地方
2005	撤销铁路分局，减少管理层次	包括北京铁路分局在内的全国 41 个铁路分局正式撤销，将铁路原有的铁道部、铁路局、铁路分局、站段四级管理体制体制改为三级
2013	组建国家铁路局，由交通运输部管理	组建国家铁路局，由交通运输部管理，承担铁道部的其他行政职责；组建中国铁路总公司，承担铁道部的企业职责；不再保留铁道部

资料来源：中华人民共和国国家铁路局官方网站。

4.2.2　现行铁路行业管理体制

1. 行业管理机构

第十二届全国人民代表大会第一次会议通过将铁道部拟定铁路发展规划和政策的行政职责划入交通运输部。组建国家铁路局，由交通运输部管理，承担铁道部的其他行政职责，负责拟定铁路技术标准，监督管理铁路安全生产、运输服务质量和铁路工程质量等。目前国家铁路局下设沈阳铁路监督管理局、上海铁路监督管理局、广州铁路监督管理局、成都铁路监督管理局、武汉铁路监督管理局、西安铁路监督管理局、兰州铁路监督管理局 7 个地区管理局负责辖区内铁路监督管理工作。

2. 国家铁路局的主要职责

根据 2013 年 3 月 14 日第十二届全国人民代表大会第一次会议通过关于国务院机构改革和职能转变方案的决定，将铁道部拟定铁路发展规划和政策的行政职责划入交通运输部。组建国家铁路局，由交通运输部管理，承担铁道部的其他行政职责，负责拟定铁路技术标准，监督管理铁路安全生产、运输服务质量和铁路工程质量等。其主要职责如下。

（1）起草铁路监督管理的法律法规、规章草案，参与研究铁路发展规划、政策和体制改革工作，组织拟订铁路技术标准并监督实施。

（2）负责铁路安全生产监督管理，制定铁路运输安全、工程质量安全和设备质量安全监督管理办法并组织实施，组织实施依法设定的行政许可。组织或参与铁路生产安全事故调查处理。

（3）负责拟定规范铁路运输和工程建设市场秩序政策措施并组织实施，监督铁路运输服务质量和铁路企业承担国家规定的公益性运输任务情况。

（4）负责组织监测分析铁路运行情况，开展铁路行业统计工作。

（5）负责开展铁路的政府间有关国际交流与合作。

（6）承办国务院及交通运输部交办的其他事项。

4.2.3　我国原铁道部管理体制下存在的主要问题

中国铁路运输行业已有130年的历史。与计算机、通信、生物等高新技术行业相比，它是个传统行业。改革开放以后，随着计划经济向市场经济转轨，铁路运输行业出现了许多问题，这些问题集中表现在运能短缺和管理体制落后两方面。在我国社会经济发展的一个相当长时期中，铁路运输在运输市场中虽然占有极高的比重，但市场占有率呈持续下降趋势。铁路在客运市场中的占比从1978年的62.7%下降到1990年的46.4%再到2010年的31.5%；铁路在货运市场上的衰落更为明显，除2003年有少许增长外，其余年份都是单调递减的，市场占比从1978年的54%下降到1990年的40.5%再到2010年的20.13%。

在计划经济时代下，我国铁路实行的“政企合一”的传统体制的好处是协调性比较强，且与当时的经济基础相适应。但是，中国实行市场经济以来，这种铁路体制的弊端尽显。不说经营效率问题和内部腐败问题，仅就行业规模和发展速度来讲，铁路远远落后于公路、航空、水运等其他运输部门，更是远远不能满足中国迅速膨胀的客运和货运需求。铁路行业投资效率差就是源于铁路行业政企不分的体制，各铁路局的成本清算和收入分配更多是由铁道部决定的，收入全部上缴铁道部，然后按照各地区情况下拨，形成财务交叉补贴，这样能保持铁路的公益性不受经营状况所影响，但直接弊端是，收入无法反映各个运输企业的经营水平和实际收益。这就相当于吃大锅饭，各铁路局不会关心市场需求、价格信号、生产成本和利润最大化，从而导致铁路经营效益不佳、难以吸引社会资本等后果。在铁道部原先奉行的“发展优先于改革”的理念下，铁道部虽然几轮改革都集中在网运分分合合、主辅业分离以及路局层级合并上，但铁路网络的列车调度权一直掌握在铁道部手中，没有任何实质性的改变。这种体制的另一个后果是，财务问题不断加剧。铁道部主要依赖国家开发银行、商业银行甚至国际金融组织的贷款，融资模式的单一，使得债务不断累加，也为未来铁路运营的亏损埋下伏笔。

2011年原铁道部部长盛光祖明确表示，要加大铁路局的经营责任，做到权责匹配，赋予铁路局必要的生产经营自主权。铁道部也一直在研究开放地方的部分经营自主权，采购权、配置权、客货运价格调整等方面的权力正在酝酿适度下放给地方，规划草案已经基本完成。铁路体制改革可能比电力、电信、民航、石油石化等领域的改革更加复杂，难度更高。但是，这些领域的改革经验也表明，改革只要迈出一小步，行业就会前进一大步。

4.2.4　世界其他国家管理体制改革

近些年来，各国铁路改革的具体模式多种多样，比较具有典型的有“上下分离”，股份制改造，特许经营、计划合同、委托经营等模式。

1. “上下分离”的管理模式

所谓“上下分离”指铁路运输服务经营(上部)与铁路基础设施管理(下部)分离，一般由政府承担完善铁路基础设施的责任。提供铁路运输服务的企业具有独立经营能力，能够按照商业化原则运营，承担起自负盈亏的责任；政府承担铁路网(基础设施)的管理、维护和建设的责任。“上下分离”明确了政府和铁路运输企业的权利和责任，可以使二者各司其职，各负其责，各自归位，真正实现政企分开。瑞典铁路最早成功地实行“上下分离”经营模式。瑞典议会在1988年通过了“运输政策法案”，开始推行“上下分离”的铁路改革。法案规定，把原国有铁路分成两个实体：即负责经营铁路客货运输服务的瑞典国有铁路公司(SJ)，和管理铁路基础设施的瑞典国家铁路管理署(BV)。国有铁路公司的资产主要有：机车车辆及维修设施，车站及车站房地产，铁路线两侧土地等；主要负责客货运输、机车车辆购置及维修、沿线房地产开发。国有铁路公司按照商业化原则，以赢利为目的，自主经营，自负盈亏；使用铁路基础设施，向国家缴纳线路使用税(类似于公路运输缴纳车辆牌照税和养路费的形式)。国家铁路管理署的资产主要是：铁路线路、通信信号设施、电力接触网、编组站固定设备等。主要任务是负责铁路基础设施的维修养护和改造新建。国家铁路管理署维修费用和投资资金，一部分是国家向国有铁路公司收取的线路使用税，一部分是国家财政拨款，另有10%向国家指定银行贷款，5%是提供特殊合同服务的收入。国家铁路管理署是一个不以赢利为目的、类似我国差额拨款的政府管理机构。其后，法国、德国、英国及意大利等国纷纷采用类似的改革方案并取得较好的成效，因此欧洲铁路联盟决定在成员国范围内积极推广这种模式，“上下分离”正在成为世界各国铁路改革值得借鉴的经营管理模式。

2. 股份制改造

在铁路进行市场取向改革的诸多方案中，股份制改造是实现商业化经营目标较为彻底的模式。铁路运输企业发行股票，便于吸引国内外资本、分散经营风险和减少铁路对于国家补贴的依赖。然而，进行股份制改造需要一定的条件：首先，企业要有较好的经营业绩和发展前景，而铁路运输企业通常财务状况较差，需要先进行资产重组，减少并逐步取消非赢利的运输服务，剥离非经营性资产，提高企业资产质量，减少冗员，提高劳动生产率；更重要的在于转换经营机制，提高效益，使它成为一个有竞争力的公司；同时发达的资本市场也必不可少，只有这样才能保证铁路股票能够顺利发行。1994年，东日本铁道公司经过改制以后，成功地发行了股票，彻底实现了股份化改造。日本铁路股份制改造以后，企业获利增强，一举摆脱亏损局面，原来每年平均需要政府补贴55亿美元，改革以后，东日本铁道公司成为利税大户，年净上缴近30亿美元。

3. 特许经营

根据国际特许经营协会(International Franchise Association)的定义，特许经营是特许人与受许人之间的契约关系，受许人的经营是由特许人所有和控制，在一个共同标记、经营模式和过程下进行的，受许人必须对其经营的业务进行投资。阿根廷铁路原为国有，实行垄断经营，其结果是设备失修，效率低下，财务状况恶化，1989年亏损6亿美元，依靠政府补贴方能为继。同年，政府通过国家改革与巩固企业调整法，该法令规定，线路仍然



归国家所有，客运服务归地方政府，亏损由地方政府补贴，而地方政府所需货运服务，则须缴纳特许费；货运服务实行特许经营，为此，阿根廷专门成立了铁路调整机构，负责监管货运业务特许经营证的颁发。经营者必须拥有一个以美国或加拿大为背景的规模较大的阿根廷企业，并具有丰富的铁路管理工作经验，再向政府支付一笔固定费用包括一定数额的投资后，即可得到一批机车、车辆和长期租用线路的货运特许经营证。货运服务的收费比较灵活，经营者与顾客之间协商，政府不加干预，目的在于使铁路能够与公路竞争并不断扩大市场的占有份额，但必须就最高收费标准呈报交通部批准。特许经营取得比较满意的效果，运营效率提高，政府已经基本取消了每年给铁路系统提供的大约 6 亿美元的补贴。

4. 计划合同

计划合同模式最早是在 20 世纪 60 年代末由法国财政总监诺哈先生提出来的。它的核心内容是：国家与企业签订项目合同，从法律上规定双方的权利与义务，以此作为处理国家与企业之间关系的原则。其基本要求有：保证国有企业财务收支基本平衡，以企业的身份开展业务活动，其经营活动要贯彻政府的经济政策，政府不干预企业日常的生产经营活动，企业为承担社会义务付出的代价政府给与必要的补偿等。根据政府颁布的法国国内运输方针法的规定，法国铁路实行计划合同的管理模式，法铁公司是一家大型国有工商企业，遵循公用事业原则，经营、治理、和发展法国国家铁路网。法铁保持了国有国营的经营机制，为了提高企业的经济效益，扩大了法铁的经营自主权，法铁与政府通过签订计划合同，以法律的形式规范政府与企业的活动空间，明确双方的责任与权利，一方面保证了国家对法铁的所有权，另一方面保证了法铁经营管理的高度自主权。计划合同规定法铁公司享有经营自主权，在核定的补贴额内，承担财务收支平衡的经营责任。通过实行计划合同，法国政府对法铁进行了有效的控制和管理。

5. 委托经营

委托经营不转移资产的所有权，只转移资产的经营权。委托经营减少了企业为购买铁路资产所需的巨额资本，给企业带来了收益。铁路运输企业必须按合同要求维护其经营的资产，并对铁路经营再投资。委托经营以多轮竞标的形式将独立的经营权转移出去，竞争者对政府提出的多年利润分成和投资计划提出建议，政府保留机车车辆、铁路线路和设施的所有权。中标者赢得使用铁路国有资产的权利，承担提供服务的义务，并对铁路运营和铁路资产的保全负责。

6. 资产的租赁经营

租赁经营在美国的小型铁路公司使用的比较普遍。小公司常常租赁大公司的设备、甚至铁路线进行运输经营活动。租赁经营对铁路盘活资产，提高经济效益作用显著。需要指出的是，绝大多数国家铁路改革都兼用多种改革模式。例如，瑞典铁路实行“上下分离”的改革模式的同时兼用特许经营模式；日本铁路以股份制改造为主，同时实行客货分离、“上下分离”的资产重组模式；法国铁路在计划合同的大框架下，也积极进行“上下分离”的改革实践；阿根廷铁路改革灵活应用了特许经营和委托经营两种模式，实现了改革的目的；而几乎所有的国家铁路都不同程度地使用了租赁经营模式。



4.2.5 中国铁路体制改革方向

1. 原铁道部的职能转换

在市场经济体系中，政府具有双重职能：凡是竞争性的活动政府不能直接参与，但政府是市场规则的制定者和管理者；凡是市场不能有效发挥作用的领域(公共产品和准公共产品)政府可以通过建立国有企业来实行保障性供给。以此衡量，原铁道部的职能必须做出根本性的调整：①保留行业管理的职能，放弃直接经营管理的职能。行业管理是对行业政策和规则的管理，但不涉及直接经营；铁路企业的自主权因而应当从各专业司局下放给国有铁路企业，或让渡给允许进入铁路市场的其他企业。②保留资产管理的职能，放弃运营管理的职能。资产管理包括存量资产管理和增量资产管理两方面。这两种资产都带有直接管理的性质，因此，可设立路网管理公司和投资管理公司来分别执行此类职能。至于运营管理则带有一定的竞争性质，因而属于铁路运营公司的自主权。③保留定价幅度管理的职能，放弃统一定价的职能。定价权本是属于企业的自主权，但由于铁路的投资主要来源于国家，且铁路运输服务对消费者具有一定的公益性质，因而政府在下放定价权的同时，还必须保留对定价幅度的控制权。

2. 建立路网和运营分离的铁路运输管理体制

从欧洲国家和日本的国有铁路改革可以看到，实行网运分离的管理体制是提高铁路运行效率和服务质量，以及降低铁路运营成本的有效途径。在网运分离后，可以从根本上改变铁路行业政企合一的管理体制，实现政企分离的改革目标。笔者认为可以采取下列建构措施：①实行存量管理和增量管理分离体制。增量管理，就是通过建立新的投资管理公司来承担铁路干线和支线的基本建设投资；存量管理，就是在建立客运公司的基础上，分别组建货运公司和路网管理公司。②存量管理具有市场经营和国有资产管理的双重职能。运输公司(客运和货运)具有国有委托经营的性质，如果今后引入外资或民间资本，则可以改组为国有控股公司；路网公司则承担国有资产存量管理的职能。③网运分离后组建的三大公司财务分别实行独立核算和统一清算。路网公司的核算原则是保证国有资产的保值和增值，即按照“铁路运输流量＋资产折旧＋管理费”的计算方式来对运输公司收取资产使用费。这种使用费计入运输公司的运营成本，并纳入全国性总公司的统一清算框架，各个区域性公司只负责成本核算，从而避免长途运输分段收费所造成的运营障碍。

3. 组建铁道行业协会

政企分开、企业重组，出现了不少“政府不该做，企业做不了”的工作。按照国务院体制改革的指导性意见，改革要将生产经营权交给企业，国民经济宏观调控留给综合经济部门，大量的服务、协调、公证、监督、自律职能转给社会中介组织。铁道行业协会作为社会中介组织，可以根据行业发展要求，为企业和政府提供双向服务，制订行业标准和行为规范，协助政府实施行业管理。应当强调的是，对铁路这种多专业、多工种、存在大量协调工作的行业而言，在政企分开之后，行业协会是不可缺少的。在这方面，北美铁道协会(AAR)有许多可供借鉴之处。





4.2.6 行业协会

铁路改革的总体思路是："政企分开，网运分离，引入竞争，加强监管"。其中，完善铁路行业管理，设立铁路行业协会，是铁路改革发展的客观需要。铁路行业协会的职能如下。

(1) 争议协调职能。在铁路实行网运分离的条件下，铁路内各行业公司、单位间发生纠纷，如路网公司的运力分配是否透明公允，行车事故的责任认定和损失、赔偿数额认定，运输货物丢失、损坏、赔偿责任和数额认定，以及机车、车辆、工程质量问题的认定等应由行业协会协调，对争议的事项进行裁定，明确相关责任。从此意义上讲，铁路行业协会充当着裁判员的角色。铁路行业协会还应具有国际联运涉外争议协调职能。

(2) 内部价格管理职能。若干客运、货运公司和路网公司独立经营核算，相互间提供服务必须进行清算。合理的清算单价是维持各公司正常经营的基础。特别是在国家统一运价、不同铁路运输企业间存在成本差异时，制定合理的内部清算价格十分重要。

(3) 统计核算职能。铁路全国联网、联劳协作、提供服务相互清算的特性，决定了铁路运输统计工作的重要性。统计工作准确与否，决定着收入分配的真实性和完整性，直接影响到一个运输企业的经营结果。同时，统计中应增加公益性运输的内容，以便为获得国家补偿提供依据。

(4) 行业规章及标准化管理职能。为保证铁路运输生产和经营管理的有序可控，铁路行业协会应按照全路规章、标准统一原则，制定和完善全路统一的客运、货运、行车、技术、事故处理、统计、财务核算等规章，使全路各企业在同一种报表中的数据口径一致，以便实现信息有效采集和共享。

(5) 行业自律职能。铁路行业属服务行业，与广大乘客、货主发生运输关系，铁路运输企业服务质量、办事效率、行业风气如何，直接影响着铁路的整体形象和竞争能力。强化铁路行业的自律职能，既是"人民铁路为人民"宗旨的体现，也是铁路生存和发展的需要。

(6) 与政府沟通职能。铁路行业协会作为铁路行业的代言人，可就有关铁路法修改、铁路发展规划、投资、运价、安全管理(含铁路治安)、公益性运输补偿等问题，与政府加强沟通，反映铁路企业的意愿和要求。

4.3 公路和水运运输业的行业管理

公路运输(highway transportation)是在公路上运送旅客和货物的运输方式，是交通运输系统的组成部分之一，主要承担短途客货运输。现代所用运输工具主要是汽车。因此，公路运输一般即指汽车运输。

公路运输是最普及的旅游交通方式，世界上 50%以上的国际旅游者、发达国家 80%左右的国内旅游者乘坐汽车出游。它以汽车站为客运站场，以汽车为客运工具，以公路为客运线路，主要从事 200 公里以内的短距离旅游客运和专项探险旅游运输活动，如市内旅游客运、景点观光和汽车越野专项旅游等。其运输优势表现为灵活方便、便于游览和高效

省时，其劣势是速度慢、运距短、舒适性较差、安全系数低等。

公路运输具有路网密度大、站点覆盖面广、客运班次频繁等特点，因此乘坐十分方便。团队或散客旅游者租车旅游，可以自行确定旅行时间和线路，随时停车游览、用餐和休息，非常灵活。旅游者驾私车出游，更是不受时间限制，并可根据需要任意增减游览景点，适时调整行程计划，因而更加灵活方便。

水路运输是四大现代交通方式中出现最早、历史最悠久的交通方式。1807 年，美国人罗伯特·富尔顿把蒸汽机应用于内河船克莱蒙特号上，从而发明了世界上第一条现代机动船，比铁路早 18 年。

机动船舶与原始的非机动船相比，具有速度快、运量大、乘坐舒适等特点，有效地减少了旅行时间和旅行费用，对近代旅游业的产生起到了积极的推动作用。第二次世界大战以后，柴油机船吨位超过蒸汽机船，成为水上运输的主要工具。但是，与当时蓬勃兴起的航空客运相比，水路客运速度慢、舒适性差、安全系数低，越来越不能适应远程旅客的需要。1957 年，在当时世界上远洋客运最繁忙的大西洋航线上的航空客运人数超过了航海客运人数，标志着世界远洋航海客运鼎盛时期的结束。20 世纪 60 年代以后，适应大规模国际旅游发展的需要，许多公司放弃了传统的远洋定期班轮航线，转而经营远洋游船航线。目前，远洋游船已成为世界旅游业中发展最快的分支产业。

4.3.1　公路和水运交通行业管理的主体

新中国成立后于 1949 年 10 月设置了交通部。交通部对全国公路和水运事业实行政企合一的部门管理。1970 年 7 月，交通部、铁道部和邮电部的邮政业务部分合并组建为交通部。1975 年 1 月，交通部与铁道部分开，邮政业务交归邮电部，成立了独立的交通部。20 世纪 80 年代以后，交通管理体制改革全面展开，逐步实行军政、政企分开的管理体制。1988 年，交通部按照"精简、统一、效能"的原则，进行了"三定"(定职能、定机构、定编制)机构改革。改革的主要目的是转换职能、精简机构和下放管理权限。交通部作为此次国务院机构改革的试点单位，改革力度最大，也最彻底。交通部对全国公路、水路交通的管理职能，转变为实行组织领导、宏观调控和行业归口管理，并在全国 80%的交通企业推行承包经营责任制。为优化交通运输布局，发挥整体优势和组合效率，加快形成便捷、通畅、高效、安全的综合运输体系，2008 年 3 月 11 日，第十一届全国人民代表大会第一次会议第四次全体会议决定设立交通运输部。交通运输部是在原交通部的基础上组建的，国家民用航空局、国家邮政局等部门划归交通运输部管理。

4.3.2　公路和水运交通部门管理体制

1. 公路和水路运输业

目前，我国的公路、水路交通行业的管理体制是在国家一级设立交通运输部，省级设交通运输厅，各市县设交通运输局。在交通运输部各职能部门当中，承担公路和水路运输行业管理的是公路局和水运局。

1）公路局的管理职能

(1) 拟订公路建设、养护、路政、运营的相关政策、制度和标准，起草公路建设、管



理的法律、行政法规和规章草案，并监督实施。

（2）承担公路建设市场监管工作；承担公路工程勘察设计、施工、养护等的市场管理工作，核准、审核从业单位资质。

（3）提出公路建设规划、计划和国家重点公路建设项目立项审核工作的建议；提出公路安全保障工程、危桥改造、灾害防治、水毁抢修等工程安排建议，并监督实施。

（4）承担国家重点公路工程设计审批、施工许可、实施监督和竣工验收工作；组织协调国家重点公路工程建设，指导、监督招标投标和工程管理工作；指导农村公路建设工作。

（5）指导全国公路养护管理工作；组织协调干线公路抢修保通工作；承担公路标志标线管理工作；起草公路管理体制改革方案，并指导实施。

（6）承担国家高速公路及重要干线路网运行监测和协调及公路出行信息服务工作；提出有关公路建设和管理信息化项目建议，并组织实施；拟订有关公路建设、路网运营管理应急预案，组织实施公路应急处置工作。

（7）起草公路有关规费政策，提出有关收费政策建议，并监督实施；承担收费公路监督管理工作。

（8）指导公路路政管理工作，承担路政执法队伍建设有关工作；组织开展超限运输车辆行驶公路管理等工作。

（9）拟定公路工程标准、规范和定额，并监督实施；组织开展国内外公路工程技术交流与合作。

（10）配合部总工程师做好相关工作，承办为总工程师服务的日常工作。

（11）承办部领导交办的其他工作。

2）水运局的管理职能

（1）拟定水路工程建设、维护、运营和水路运输、水路运政、港口行政、航道行政管理相关政策、制度和标准，起草相关法律、行政法规和规章草案，并监督实施。

（2）拟定水路运输发展战略，提出水路建设规划、计划和国家重点水路建设项目立项审核工作的建议；提出有关物流规划、政策和标准的建议。

（3）起草水路运输、港口和航道管理体制改革方案，并组织实施；提出有关水路建设和运输信息化项目建议并组织实施，指导交通电子口岸建设。

（4）承担水路运输、港口经营市场监管工作；承担无船承运、船舶交易、船舶代理、船舶管理业、理货等管理工作；承担引航的有关管理工作。

（5）承担水路建设市场监管工作，承担水路工程勘察设计、施工、维护等的市场管理工作，核准、审核从业单位资质；承担国家重点水路工程和部管理的支持系统有关建设项目设计审批、招投标管理、施工许可、实施监督和竣工验收工作；指导水路行业基础设施建设、运营和维护管理。

（6）拟定水路工程标准、规范和定额，并监督实施。

（7）承担航道及有关航道设施、通航建筑物的管理工作；承担国际和国境河流运输及航道管理；会同有关司局承担跨临拦河建筑物、通航净空尺度和技术要求审批。

（8）起草水路有关规费政策，提出有关收费政策建议，并监督实施；提出有关价格政

策建议；组织协调国家重点物资运输和紧急客货水路运输。

（9）拟订水路运输应急预案，起草港口安全生产政策和应急预案，组织协调应急处置工作；拟订水路危险货物运输政策和标准；承担港口设施保安管理工作。

（10）承担对台运输管理工作和部涉台有关事务工作。

（11）拟定政府间水路双边合作协定，参与政府间多边水路协定的有关工作，并组织实施；承担有关危险品和水路运输国际公约、规则制定和修订的相关工作；承担相关国际公约的履约工作。

（12）配合部总工程师做好相关工作，承办为总工程师服务的日常工作。

（13）承办部领导交办的其他工作。

2. 旅游车船业

1）旅游车船部门管理体制

我国旅游管理部门对旅游车船运输企业和运输服务企业按照“统一领导、分级管理”的原则进行管理。“统一领导”就是指旅游车船部门的行业管理统一由中国国家旅游局来执行。国家旅游局的10个局司单位中，涉及旅游交通管理方面的为以下几个。综合协调司，它是我国旅游交通的行业主管单位和协调单位，研究和解决旅游经济运行中的重大问题，负责旅游安全综合协调、紧急救援、监督检查旅游保险实施工作。监督管理司，监督管理旅游服务质量和市场秩序，指导旅游精神文明建设和诚信体系建设；承担旅游标准的有关工作，拟定各类旅游景区景点、度假区及旅游住宿、旅行社、车船的旅游设施和服务标准并组织实施；指导旅游行业组织的业务工作。“分级管理”是指各个重点旅游城市的旅游主管部门，要从当地情况和发展国际、国内旅游业的需要出发，建立健全对旅游车船市场的管理制度，对行业实行部门行业管理和检查、监督。

2）国家旅游局的主要职责

中华人民共和国国家旅游局（简称“国家旅游局”），是国务院主管旅游工作的直属机构。其主要职能有以下几项。

（1）统筹协调旅游业发展，制定发展政策、规划和标准，起草相关法律法规草案和规章并监督实施，指导地方旅游工作。

（2）制定国内旅游、入境旅游和出境旅游的市场开发战略并组织实施，组织国家旅游整体形象的对外宣传和重大推广活动，指导我国驻外旅游办事机构的工作。

（3）组织旅游资源的普查、规划、开发和相关保护工作。指导重点旅游区域、旅游目的地和旅游线路的规划开发，引导休闲度假；监测旅游经济运行，负责旅游统计及行业信息发布；协调和指导假日旅游和红色旅游工作。

（4）承担规范旅游市场秩序、监督管理服务质量、维护旅游消费者和经营者合法权益的责任。规范旅游企业和从业人员的经营和服务行为。组织拟订旅游区、旅游设施、旅游服务、旅游产品等方面的标准并组织实施。负责旅游安全的综合协调和监督管理，指导应急救援工作。指导旅游行业精神文明建设和诚信体系建设，指导行业组织的业务工作。

（5）推动旅游国际交流与合作，承担与国际旅游组织合作的相关事务；制定出国旅游和边境旅游政策并组织实施；依法审批外国在我国境内设立的旅游机构，审查外商投资旅行社市场准入资格，依法审批经营国际旅游业务的旅行社，审批出国（境）旅游、边境旅

游；承担特种旅游的相关工作。

（6）会同有关部门制定赴港澳台旅游政策并组织实施，指导对港澳台旅游市场推广工作；按规定承担大陆居民赴港澳台旅游的有关事务，依法审批港澳台在内地设立的旅游机构，审查港澳台投资旅行社市场准入资格。

（7）制订并组织实施旅游人才规划，指导旅游培训工作；会同有关部门制定旅游从业人员的职业资格标准和等级标准并指导实施。

（8）承办国务院交办的其他事项。

4.3.3　公路水运行业协会

1. 协会职能

根据国家民政部门对行业协会职能的定位，行业协会是连接企业、经营户与政府之间的桥梁和纽带，是政府的助手。具体来说，行业协会具有以下4种主要职能。

1）组织职能

行业协会这种非行政机构在对同行业的组织与管理方面具有独到作用。它依据共同制定的章程体现其组织职能：增强企业抵御市场风险的能力，维护企业共同的经济权益，规范市场行为，调配市场资源。

2）协调职能

行业协会作为行业整体的代表，能利用自己的整体实力较好地处理和协调各类关系，从而减少单个企业的运作成本，提高效率。

3）服务职能

行业协会是主要为会员单位提供各类专业服务，维护成员企业利益，实现公正公平的自律性机构。行业协会为会员单位、政府等机构提供各种市场信息，提供法律方面的咨询与服务，协调与仲裁贸易纠纷，举办产品信息发布和展销，进行业务培训，等等。

4）监管职能

行业协会在本行业中具有一定的权威，一般都能够参与制订本行业政策、法规，具有一定的法规制定与管理权限，而行业协会制定的行业政策往往也会形成国家制定相关政策的依据。

2. 主要的行业协会

交通运输部主管的社团有：中国公路建设行业协会、中国公路勘察设计协会、中国道路运输协会、中国汽车维修行业协会、中国水运建设行业协会、中国港口协会、中国交通企业管理协会、中国水上消防协会、中国船级社、中国公路学会、中国航海协会等。

国家旅游局主管社团有：中国旅游协会、中国旅行社协会、中国旅游饭店业协会、中国旅游车船协会、中国旅游协会旅游教育分会、中国旅游协会旅游温泉分会、中国旅游报刊协会。

1）中国交通企业管理协会简介

中国交通企业管理协会(简称中国交通企协)，英文名称为China Association of Communication Enterprise Management(CACEM)，是经民政部登记注册的全国交通行业专业

性社会团体，具有社会团体法人资格。

中国交通企协是 1985 年经交通部批准由全国交通企事业单位、各地方交通社会团体、热心企协工作的人士自愿结成的非营利性的全国交通行业专业性的社会中介组织，现有会员单位 1 000 个，14 个分支机构及《交通企业管理》杂志社和公国公路管理干部培训基地，并有法律服务中心、咨询认证中心等服务机构。

中国交通企协的主要任务如下。

（1）宣传、贯彻党和国家以及交通部有关交通的各项方针、政策、法规、条例。

（2）围绕交通系统实行行业管理的要求，组织开展交通企业管理理论、方法的研究，探索具有中国特色的现代企业制度，研究和介绍国内外管理科学的理论和方法，推进交通企业管理现代化。

（3）配合交通部及各级交通主管部门的工作部署，办理委托的各项工作；依法开展自律性的行业协会活动，反映企业需求，协调同业关系。

（4）反映企业的意见和呼声，举办为企业服务的有关活动，维护企业和企业经营者的合法权益，提高经营者的素质，表彰奖励先进企业和个人。

（5）开展企业经营管理咨询和学术研究，培训各类企管人员。

（6）参与制定行业性技术标准和有关管理规章、制度。

（7）收集并提供企业经营管理方面的信息，总结和交流交通系统企业管理的经验，编辑出版企业经营管理书刊资料。

2. 中国旅游车船协会

中国旅游车船协会(China Tourism Automobile and Cruise Association)，是由中国境内的旅游汽车、游船企业和旅游客车及配件生产企业、汽车租赁、汽车救援等单位，在平等自愿基础上组成的全国性的行业专业协会，是非营利性的社会组织，具有独立的社团法人资格。

中国旅游车船协会宗旨是遵守国家的宪法、法律、法规和有关政策，遵守社会道德风尚，广泛团结联系旅游车船业界人士，代表并维护会员的共同利益和合法权益，努力为会员、为政府、为行业服务，在政府和会员之间发挥桥梁和纽带作用，为把我国建设成为世界旅游强国，促进国民经济和社会发展作出积极贡献。

该协会前身是“中国旅游汽车理论研讨会”，成立于 1988 年 1 月，1989 年 1 月召开第二届研讨会时，更名为“中国旅游汽车联合会”，1990 年 3 月，协会召开了第一届会员大会，通过了新的协会章程和领导机构，正式定名为“中国旅游车船协会”，会址设在北京，现有会员 200 余家。协会接受国家旅游局的领导、民政部的监督管理和中国旅游协会的业务指导。

协会的业务范围有以下几项。

（1）宣传贯彻国家有关旅游业发展的方针政策，向主管单位反映会员的愿望和要求。

（2）总结交流旅游车船企业的工作经验，收集国内外本行业信息，深入进行调查研究，向主管单位提供决策依据和积极建议。

（3）组织会员订立行规行约并监督遵守，维护旅游市场秩序，协助主管单位加强对旅游市场的监督管理。

(4) 为会员提供咨询服务，加强会员之间的交流与合作，组织开展培训、研讨、考察和新经验、新技术及科研成果的推广等活动，沟通会员间的横向联合，促进行业间的业务联网。

(5) 指导下设的专业委员会开展业务活动。

(6) 加强与行业内外的相关组织、社团的联系与合作。

(7) 开展与国际旅游联盟(AIT)组织等海外相关行业组织之间的交流与合作。

(8) 编印会刊和信息资料，为会员提供信息服务。

(9) 承办业务主管单位委托的其他工作。

4.4 航空运输的行业管理

4.4.1 航空运输业的管理体制

1. 管理体制的改革历程

新中国成立后，我国 1949 年 11 月设置民用航空局，民航局归中央军委领导，对全国民航事业实行军事化管理；1952 年 7 月，民航局组建了新中国第一个民航企业——中国人民航空公司，一年后予以撤消。1965 年 6 月，民航总局改为国务院直属局，后于 1969 年 11 月重新划归军队建制，军政、政企分开进程受到遏制。

20 世纪 80 年代以后，管理体制改革全面展开，逐步实行军政、政企分开的管理体制。1980 年 3 月，民航总局恢复为国务院直属局。1984 年 3 月，国务院做出关于民航体制改革的决定，民航开始向政企分开管理体制过渡。在 1985 年内，经民航局批准成立的航空运输企业就有 11 家之多。

1988 年，民航局按照“精简、统一、效能”的原则，进行了“三定”(定职能、定机构、定编制)机构改革。改革的主要目的是转换职能、精简机构和下放管理权限。民航局强化了对全国民航运输的宏观经济管理、安全管理和行业管理职能。司局级机构保持不变，但撤消了两个直属处，行政编制减少 9%，实有人数减少 38%。同时，大力推进民航地区管理体制和企业制度改革，实行政企分开和航空公司与机场分设。

2002 年，民航管理体制改革取得重大突破，三大航空运输集团(国航、东航、南航)和三大航空服务保障集团(民航信息集团公司、中国航空油料集团公司、中国航材进出口有限责任公司)正式成立，并与民航总局脱钩。

2003 年，民航由以前的三级行政管理(民航总局—地区管理局—省/自治区/直辖市局)改为两级管理(民航总局—地区管理局)，撤销 24 个民航省、自治区、直辖市局。2004 年，除北京首都机场和西藏自治区内的民用机场外，民航总局直接管理的其他 93 个机场全部交由地方管理。

2008 年 3 月 11 日，第十一届全国人民代表大会第一次会议第四次全体会议，讨论设立了交通运输部。为优化交通运输布局，发挥整体优势和组合效率，加快形成便捷、通畅、高效、安全的综合运输体系，国家民用航空局划归交通运输部管理。民航体制改革的三阶段见表 4-2。

表 4-2　民航体制改革三阶段

时间	改 革 内 容
第一阶段(1987—1994 年)	以政企分开为原则，转变政府职能，进行管理局、航空公司和机场分设的改革
第二阶段(1994—1998 年)	进一步落实企业经营自主权，改革机场建设和管理体制，空管体制改革开始进行
第三阶段(2002 至今)	航空运输企业联合重组，机场属地化管理

民航从改革开放之初的政企不分、军民合一，通过多次有计划、有步骤的体制改革，实现了真正意义上的政企分离、政资分离。民航行业管理部门从既是行业管理者，又是企业资产所有者的双重角色中解脱出来，专注于规范管理航空运输业，实施航空安全和空中交通管理、组织协调重大紧急航空运输任务等行业管理职能，实现了向有限责任政府的转变。

2. 现行的管理体制

1）行业管理机构

2004 年民航部门管理体制改革完成后，在新型的民航管理体制下，民航业的行业管理机构是：国家民用航空局、地区管理局。

（1）民用航空局：2003 年，国务院按照“精简、统一、效能”的原则和“决策、监督、执行三权分立”的要求，建立新型政府，进行机构改革，民用航空局不再代行脱钩企业的国有资产所有者职能，仅承担民用航空的安全管理、市场管理、空中交通管理、宏观调控和对外关系等五大职能。

（2）地区管理局：民航地区管理局有华北、华东、中南、西南、西北、东北和新疆等 7 个。

2）国家民用航空局的职责

国家民用航空局的五大职能包括：安全管理、市场管理、空中交通管理、宏观调控和对外关系。

国家民用航空局的具体职责如下。

（1）提出民航行业发展战略和中长期规划与综合运输体系相关的专项规划建议，按规定拟定民航有关规划和年度计划并组织实施和监督检查；起草相关法律法规草案、规章草案、政策和标准，推进民航行业体制改革工作。

（2）承担民航飞行安全和地面安全监管责任。负责民用航空器运营人、航空人员训练机构、民用航空产品及维修单位的审定和监督检查，负责危险品航空运输监管、民用航空器国籍登记并运行评审工作，负责机场飞行程序和运行最低标准监督管理工作，承担民航航空人员资格和民用航空卫生监督管理工作。

（3）负责民航空中交通管理工作。编制民航空域规划，负责民航航路的建设和管理，负责民航通信导航监视、航行情报、航空气象的监督管理。

（4）承担民航空防安全监管责任。负责民航安全保卫的监督管理，承担处置劫机、炸机及其他非法干扰民航事件相关工作，负责民航安全检查、机场公安及消防救援的监督

管理。

（5）拟定民用航空器事故及事故征候标准，按规定调查处理民用航空器事故。组织协调民航突发事件应急处置，组织协调重大航空运输和通用航空任务，承担国防动员有关工作。

（6）负责民航机场建设和安全运行的监督管理。负责民用机场的场址、总体规划、工程设计审批和使用许可管理工作，承担民用机场的环境保护、土地使用、净空保护有关管理工作，负责民航专业工程质量的监督管理。

（7）承担航空运输和通用航空市场监管责任。监督检查民航运输服务标准及质量，维护航空消费者权益，负责航空运输和通用航空活动有关许可管理工作。

（8）拟定民航行业价格、收费政策并监督实施，提出民航行业财税等政策建议。按规定权限负责民航建设项目的投资和管理，审核(审批)购租民用航空器的申请。监测民航行业经济效益和运行情况，负责民航行业统计工作。

（9）组织民航重大科技项目开发与应用，推进信息化建设。指导民航行业人力资源开发、科技、教育培训和节能减排工作。

（10）负责民航国际合作与外事工作，维护国家航空权益，开展与港澳台的交流与合作。

（11）管理民航地区行政机构、直属公安机构和空中警察队伍。

（12）承办国务院及交通运输部交办的其他事项。

4.4.2 我国的航空运输企业

1. 航空企业格局

初创时期的新中国民航规模很小，基础薄弱，仅有12架小型飞机和3条国际航线、9条国内航线。2008年底，我国定期航班航线总数已达1 532条，其中，国内航线1 235条(包括港、澳地区航线49条)，国内有160个机场开通了定期航班；国际航线达到297条，通航46个国家的104个城市，网络已经覆盖世界五大洲。改革开放30多年来，中国民航的运输总周转量、旅客运输量和货邮运输量，年均增长率分别为17.5%、15.9%和14.9%(以上均未包括我国港、澳、台地区民航运输量)。我国航空运输平均增长速度高出世界平均水平两倍多。

2002年的民航管理体制改革中，直属航空运输企业和服务保障企业的重组是改革的重点。中国航空集团公司、中国东方航空集团公司、中国南方航空集团公司三大航空运输集团和中国民航信息集团公司、中国航空油料集团公司、中国航空器材进出口集团公司三大航空服务保障集团在民航总局原有直属的9家航空公司和4家服务保障企业的基础上组建，三大集团资产总和占了民航资产的80%，成为中国航空运输市场中最主要的力量。

2. 航空企业发展态势

航空运输企业是航空运输市场的主体，民航各项运输指标递增的背后是改革开放进程中我国航空运输企业的一系列深刻变化。透过20世纪80年代以来我国航空运输业发展中出现的纷繁复杂的种种表象，可以清楚地看到航空运输企业的发展脉络，也可初步分析出

这些企业未来的基本走势。

1）投资主体多元化

改革开放之前，我国航空运输企业长期只由中央政府投资，投资主体单一。改革开放带来的经济持续快速增长，对航空运输业提出了新的要求。为了加快民航业发展，缓解交通运输的瓶颈制约，急需改变民航单一的投资格局。另一方面，航空运输市场供不应求带来的较高利润，以及我国航空运输业广阔的发展前景，使社会各界投资航空运输企业的积极性空前高涨，投资主体的多元化应运而生。地方政府及其经济组织、外资、民营企业纷纷介入航空运输企业，成为新的投资主体。

20 世纪 90 年代，国家有关部门相继出台了国内和外商投资民航业的有关政策。1993 年 6 月，经国务院批准、民航总局颁布的《关于国内投资经营民用航空业有关政策的通知》明确指出，航空运输业是国民经济中具有先导性的基础性行业，主要应由国家投资建设，同时动员社会力量，扩大资金来源，加速航空运输业的发展。中央、地方政府或经济组织可合资或独资经营航空运输企业。1994 年 5 月，民航总局、外经贸部联合发布了《关于外商投资民用航空业有关政策的通知》。上述两个《通知》，对各方面投资航空运输企业做出了具体的政策规定，起到了规范和引导的作用。

回顾我国航空运输企业的发展历程可以看到，20 世纪 80 年代中期和 90 年代初期，出现了各方面投资设立航空公司的两个高潮，迅速崛起了一批由地方政府或其经济组织投资设立，以及地方政府或其经济组织与中央政府联合投资的航空公司，如上海航空、厦门航空、海南航空、深圳航空、新华航空、山东航空、武汉航空、长安航空、四川航空等 20 余家航空公司。同时，航空公司通过发行股票等形式引入了多种投资主体。1995 年，美国航空投资有限公司向海南航空投资 2 500 万美元，海南航空成为国内第一家引进外资的航空运输企业。此外，东方航空股份有限公司、中国远洋航运公司、台湾中华航空公司合资组建了中国货运航空有限公司，各公司的投资分别占注册资本的 65%、10%和 25%。自 1997 年以来，已有东航、南航股票在纽约、香港上市，中航股票在香港上市，东航、海航、上航 A 股在上海上市，海航、山航 B 股也分别在上海、深圳上市。

近年来，随着民营经济的发展和民营企业实力的增强，出现了民营企业参与国有航空运输企业改组的新景象。去年，成都银杏餐饮有限公司投资 350 万元，参与发起设立四川航空股份有限公司，占该公司总股本的 1%。均瑶航空投资有限责任公司货币出资 1.08 亿人民币参与组建东方航空武汉有限责任公司，占该公司总股本的 18%。

为了更好地利用外资加速民航发展，2002 年 6 月，民航总局、外经贸部、国家计委联合发布了《外商投资民用航空业规定》，该规定放宽了外商投资航空运输企业的比例，增加了外商管理权限，鼓励外商特别是跨国公司参与航空运输企业的改造改组。在国内投资民航业方面，民航总局正准备出台《国内投资民用航空业规定》，将以规章的形式对国内投资民航业做出规范。这些规定为外资、国内其他行业资本和民间资本进入航空运输企业创造了更好的投资环境。

2）公司法人治理结构及经营机制逐步完善

目前，国内多数航空公司按照现代企业制度的要求，通过规范上市、中外合资、相互参股等形式，已逐步改制为多元持股的有限责任公司或股份有限公司。新成立的航空公司



均是按照《公司法》规定建立的有限责任公司或股份有限公司。在具有独立法人资格的31家航空运输公司中，17家属有限责任公司，6家属股份有限公司。南方航空、东方航空、海南航空、山东航空、上海航空等航空公司股票在境内外上市。

不可否认，在进行了公司制、股份制改造的企业中，部分企业法人治理结构不够规范、完善，经营机制尚未得到根本转变。但也有不少航空公司建立了比较完善的法人治理结构，正在健全权责统一、运转协调、有效制衡的公司法人治理结构。

同时，航空公司产权结构、组织结构的改革，为其经营机制的转变创造了条件。不少航空公司正在面向市场转变企业经营机制，改革航空公司内部人事、劳动、分配制度，建立健全行之有效的激励机制和约束机制。现在，多数航空公司引入了竞争机制，“铁饭碗”、“铁交椅”和分配上的平均主义被打破。

可以预见，航空公司股权结构的多元化以及航空运输市场竞争的不断加剧，将进一步促进公司制核心——法人治理结构及企业经营机制的规范和完善，从而提升竞争能力，使投资者的利益得到有效保护。

3）通过兼并、收购、联合实现快速扩张

20世纪90年代之前，由于航空公司数量少，航空运输市场供不应求，航空公司之间极少出现并购问题。随着我国航空运输市场由卖方市场向买方市场转变，航空运输企业间不再相安无事。20世纪90年代中期以来，国内航空公司间的兼并、收购、联合此起彼伏，从未停息。兼并、收购活动主要有：中国东方航空股份公司兼并中国通用航空公司、西北航空公司，收购长城航空公司；厦门航空公司兼并、收购福建省航空公司；南方航空公司兼并贵州、中原航空公司；海南航空股份公司控股山西航空公司、长安航空公司和新华航空公司；东方航空公司货币出资2.4亿元参股武汉航空公司，参与组建了东方航空武汉有限公司。我国民航最大的一次联合当属民航总局原直属的九大航空公司重组，于2002年11月份组建了中国航空集团、中国东方航空集团和中国南方航空集团三大航空运输集团公司。

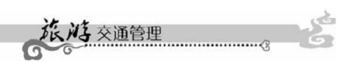
审视我国目前的航空运输市场，航空公司间的竞争不仅日趋激烈，而且正在安全、服务、价格、诚信等方面全面展开角逐。特别是三大航空运输集团组建后，随着机队规模的扩大、航线网络的扩展及中转衔接的增多，其市场竞争能力进一步强化。可以预计，随着国际国内航空运输市场竞争的加剧，航空公司之间的购并和联合还将继续。

值得关注的是，三大航空运输集团做大做强的同时，一些地方航空公司将面临前所未有的挑战，规模较小的航空公司很可能投在大型航空运输集团的麾下。

4）相互合作、参股结成联盟

20世纪90年代之前，我国航空运输企业之间基本处于相互隔绝状态。20世纪90年代中期以后，国内航空公司间只谈竞争、不言合作的状况开始被打破，航空公司逐步走向各种形式的合作，以优化资源配置，寻求“双赢”或“多赢”。

1997年9月，四川航空、深圳航空、海南航空、山东航空、中原航空、武汉航空6家航空公司组建了“新星联盟”。2001年4月，山东航空、上海航空、深圳航空、四川航空、武汉航空、邮政航空签约组成了“中天航空企业集团”，开展代号共享等业务。尽管这些尝试和探索尚显稚嫩，但它说明航空公司已开始意识到合作的重要性，标志着国内航空公



司在联盟化道路上迈出了新的步伐。

近两年，航空公司之间除业务层面的松散型合作外，出现了相互参股的紧密型合作。2002年，南方航空股份公司参股中国邮政航空有限公司，南方航空、上海航空、山东航空等与四川航空共同发起设立四川航空股份有限公司就是两个鲜明的例证。

实际上，以上这些仅仅是我国航空公司走向联盟化的开端。航空公司为了扩大市场份额，共享资源，提高市场竞争力和经济效益，联盟化将走向纵深，产权联合(航空公司之间相互参股)、资源共享(共用候机楼、相互承认常客里程积累)、联合购买、航线联营、代码共享、服务与营销合作等联盟方式将会越来越多地出现。

5）扩大规模增强竞争实力

多年来，我国航空公司的规模很小，缺乏规模经济效益，难以有效参与航空运输市场的激烈竞争。1995年，国航、东航、南航三大航空公司机队数量分别为54架、51架、71架，北方、西南、西北航空分别为43架、42架、26架。10架飞机以上的航空公司为新疆航空(13架)、通用航空(10架)、厦门航空(13架)、四川航空(12架)。其他10余家航空公司的飞机均在10架以下。

到2001年底，国航、东航、南航飞机达到69架、92架、125架；北方、西北航空公司的飞机达到69架、29架；新疆航空、海南航空、云南航空、上海航空、山东航空、四川航空、长安航空、深圳航空、新华航空、武汉航空飞机分别达到35架、25架、22架、22架、21架、14架、13架、12架、12架、12架。不足10架飞机的只有中浙航空(8架)、邮政航空(5架)、山西航空(9架)、扬子江快运(1架)。

由此可见，到目前为止，除几家专业货邮航空公司机队规模较小外，其他航空公司都具备了一定规模。为了增强竞争实力，今后航空公司的机队规模还会有不同程度的扩大，部分现有20架左右飞机、经营状况较好的航空公司将发展成具有较大规模的大中型航空公司。

6）支线和货邮航空公司稳步增加

在我国民航发展的初期，由于航空运输市场供不应求、支线航空市场不成熟和观念上的误区，大大小小的航空公司都希望飞干线，飞热点航线甚至国际航线，而对支线航线弃而不顾。这种情况是不正常的，也是20世纪90年代末期航空运输市场恶性竞争的重要原因。

近年来干线运输竞争白热化，收益水平下降。同时，支线航空运输市场逐步发育，航空公司对市场有了更深刻了解，开始关注支线航空运输。已有部分航空公司定位于支线运营，或者把相当的运力投入支线市场。同时，政府主管部门为支持航空公司发展支线航空，已经出台了一些扶持政策。目前民航正在进行枢纽机场建设和航线网络结构的调整，以形成中枢辐射式和城市对式结合互补的航线网络结构，这些都为发展支线航空提供了一定条件。

另一方面，我国具有丰富的航空货邮运输市场，货运是我国航空运输发展的一个新的经济增长点。

近年来，航空公司纷纷改变“重客轻货”的传统观念，引进全货机，培养货运人才，开发货运市场，成立货邮航空公司。目前我国已有专业货邮航空公司3家，分别是中国货



运航空有限公司、中国货运邮政航空有限责任公司、扬子江快运航空有限公司，但全货运飞机数量不多，货邮运输大多仍是利用航空公司飞机腹舱。由于货邮运输具有很强的增长潜力，未来专业的货邮航空公司将会增加，特别是大型航空集团很可能把已有的货运业务独立出来，组建专业的货邮航空公司。

4.4.3 我国航空运输行业协会

由于我国航空业长期处于政府垄断状态，实际上不存在严格意义上的企业，也就没有行业协会。2005 年 9 月 26 日，由中国航空集团公司牵头，中国东方航空集团公司、中国南方航空集团公司，海南航空股份公司、上海航空股份公司、中国民用航空学院、厦门航空有限公司、深圳航空有限责任公司、四川航空股份公司等 9 家单位发起设立了中国航空运输协会，这是中国民航成立的第一家行业自律协会。协会成立之后的主要工作包括 3 个方面：建立、规范航空运输企业之间和航空运输企业与地面服务单位之间的代理服务协议标准文本；协调各航空运输企业之间关于客货运输规章制度的重大修改；在疏通油价、税收、航班、航路优化、机场收费等方面提供服务。

中国航空运输协会的性质：本协会是依据我国有关法律规定，以民用航空公司为主体，由企、事业法人和社团法人自愿参加结成的、行业性的、不以赢利为目的的、经中华人民共和国民政部核准登记注册的全国性社团法人。

中国航空运输协会的目标任务：围绕国家改革发展大局，围绕企业经营的热点、难点，围绕维护会员单位合法权益，积极推进各项工作，坚定地走自立、自主、自律、自我发展的道路，以服务为本，把协会建设成中国航空运输企业之家、会员之家，以创新为源，把协会办成高效率、有信誉、具有国际影响的先进社团组织。

协会的工作范围主要分为以下几方面。

（1）宣传、贯彻党和国家关于民航业的路线方针政策、法律法规、标准制度及有关文件精神。

（2）研究国际国内民航市场发展形势、经济形势和世界动向，探讨航空运输企业建设、改革和发展中的理论与实践问题，在改革开放、发展战略、产业政策、科技进步、市场开拓、技术标准、行业立法等方面，为政府提供信息，并及时向政府有关部门反映会员单位的意见和建议。通过政策性建议，争取政府有关部门的指导和支持，为航空运输企业提供管理咨询等。

（3）根据民航总局的授权、政府部门的委托及会员单位的要求，组织对有关专业人员进行培训和资质、资格认证。

（4）传播国际国内航空运输企业先进文化，组织举办航展、会展。

（5）编辑出版协会刊物，为会员单位及航空理论专家、学者、业内人士提供知识、经验、学术交流平台。

（6）组织国内外培训考察活动，开展会员单位间的业务交流与合作，促进航空运输企业核心竞争力的提高和持续发展。

（7）协调会员单位之间各方面的关系，建立起公平竞争、相互发展的经济关系。

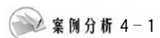
（8）为了祖国的统一，早日实现与台湾直航，积极协助政府主管部门，加强海峡两岸

民航界的联系。

(9) 督导做好航空销售代理人的自律工作，监督并约束会员单位业务代理的行为规范，反对不正当竞争，维护航空运输企业的合法权益。

(10) 在飞机引进、市场准入、基地设置等资源配置方面，为业务主管单位和航空运输企业提供评估报告，作为其决策依据之一。

(11) 中国民航总局委托承办的其他业务。


案例分析 4-1

西藏航空市场的垄断

“我希望通过自己的提案促成西藏民航业竞争机制形成，从而打破西藏空中市场长期以来形成的事实上的垄断，促成多级价格体系形成，让进出西藏变得更加通畅。”全国政协委员，山南地区政协副主席旦增曲扎一份题为《开放西藏空中市场引入民航业竞争机制》的建言，成为日前召开的西藏自治区政协八届三次会议小组讨论的热点。

被誉为“生命线”和“保障线”的西藏航线1965年3月正式开通，大大缩短了雪域高原和内地之间的时空距离。然而，长期以来，进出西藏的航线一直由中国西南航空公司独家经营，民航总局下属企业重组为三大集团后，由中国国际航空西南公司独家经营。

一方面是垄断造成的全国唯一一条不打折的航线，没有送票上门，旺季买票要排长龙；另一方面是创造了40年安全飞行的纪录，并且国航正不断努力提高运力，开创民航高原夜航能力。人们不禁要问：对于雪域高原的西藏，航空垄断是利还是弊？最大的受益者最终是谁？西藏航空市场的垄断到底该不该打破？

1. 进藏旅游比出国还贵

从北京往返新加坡，3月末北京市场报价为3 100元；从北京往返拉萨普通舱报价4 960元。以成都为起始点，购买“新、马、泰”7日旅游项目，报价为3 600～4 000元，购买西藏4日旅游项目，报价3 900元。

旦增曲扎表示，高昂的旅游成本不仅制约了游客数量的增长，而且限制了区内旅游市场的开拓发展，已经成为西藏旅游业发展的“瓶颈”。

2. 票价居高不下，运力紧张，服务受影响

旦增曲扎介绍说，在两年的提案调研过程中，他广泛地与旅游界人士座谈，走访进出藏务工经商人员，深感机票价格居高不下、旺季航线运力不足等问题越来越严重。

在西藏工作的陈先生表示，自己曾乘坐过全国各大航空公司的班机，不少航空公司一年四季都会有打折机票，打折幅度也很大。但是进出西藏的航线由一家企业“独家”经营，机票价格从来是雷打不动，但除此一家，别无选择。

旦增曲扎指出，“独家”企业经营进出藏航线，导致民航运力紧张，服务质量受影响。目前每年往返西藏的乘机人数已达60多万人次，而且这个数字还在不断增加。现在由中国国际航空公司西南分公司经营的民航运力已经不能满足快速增长的乘机人数的需要。

买票难的问题日益突出。一到节假日和旅游旺季，进出西藏的机票十分紧张，旅游者和其他人员正常进出藏受到极大影响和限制。新扎委员一次在夏天给儿子买出藏的机票，结果排了两个多小时的队。“这在内地是不可想像的！”他说。

此外，航班压班情况在旺季也较为严重，出差、休假人员、旅游者和经商人员等乘客不能及时回到目的地，造成了诸多不必要的麻烦。航班计划出台晚，也给区内特殊航线的乘客带来了诸多不便，给旅



行社组织客源也带来了巨大压力。

旦增曲扎认真指出，经过几年努力，我国民航业改革已经取得了一定的成效，初步建立了国内航空企业的竞争格局，民航企业效益有了一定程度的提高。而西藏航空运输市场长期由一家企业“垄断”航线，是造成西藏航线成本高、效益低的主要原因。这种格局不打破，将十分不利于西藏航空运输业的健康发展。

【案例思考】

1. 根据西藏航空市场特点，分析西藏航空市场该不该实行垄断？
2. 怎样才使航空市场的良性有序的竞争？
3. 你赞同国航西南公司对西藏航空市场的态度吗？为什么？

【案例点评】

(1) 在西藏高原这块被国际民航界长期视为“空中禁区”的空域，国航40年来共安全起降5万多架次，运送中外旅客700余万人次，运输货物邮件超过15万吨，为西藏经济社会发展作出了积极贡献。

(2) 中国国际航空公司西南分公司目前已形成了对西藏航线的事实垄断，造成了票价居高不下，运力紧张，服务受影响等问题，国航西南分公司独家经营的局面制约了西藏旅游业的发展，制约了西藏经济跨越式发展。西藏应打破目前国航西南分公司独家经营的垄断局面，引入多家航空公司飞拉萨航线，公平竞争。

(3) 西藏的人口有限，旅游也受季节的限制，如果盲目开放，会造成资源浪费。另外，火车开通后对航空客源也形成一种争夺。所以，开放航空市场要做前期规划，要有可靠的数据和调研作为依据，不可轻举妄动。

本 章 小 结

旅游交通行业管理是指各级政府的旅游交通行业主管部门代表政府，在研究旅游交通行业内在规律的基础上，在政策制定、宏观调控、经济环境的创造、市场秩序的维护、总体供需平衡的调解、行业监督等方面进行行政管理。

原铁道部是国务院管理全国铁路的机构，作为我国铁路行业主管部门，它既担负国家对铁路行业的行政管理职能，又负责铁路投资建设和运营管理，具有政企合一、管办合一特点，为国务院政府机构中唯一实行政企合一，兼负政、企双重职能的部门。

目前，我国的公路、水路交通行业的管理体制是在国家一级设立交通运输部，省级设交通运输厅，各市县设交通运输局。

2003年，国务院按照“精简、统一、效能”的原则和“决策、监督、执行三权分立”的要求，建立新型政府，进行机构改革，民用航空局不再代行脱钩企业的国有资产所有者职能，仅承担民用航空的安全管理、市场管理、空中交通管理、宏观调控和对外关系等五大职能。

复习思考题

一、问答题

1. 简述旅游交通行业管理的涵义、作用、原则。
2. 我国铁路交通部门的职责是什么？

3. 行业协会在我国旅游交通行业的作用是什么？

二、名词解释

1. 行业管理
2. 政府主导
3. 特许经营

第5章　旅游交通服务管理

学习目标与要求

(1) 理解和认识服务、服务业和服务经济的概念。
(2) 了解我国旅游交通发展的现状和问题。
(3) 掌握旅游交通服务管理的技术方法。
(4) 了解旅游交通的发展趋势。

导入案例

“这也算是绿色通道?”

黄金周，某著名风景区内某景点出口处，游客们游览结束后，正在排队等待走出景点。

这个风景区实行通票出售制，风景区内所有景点的进口和出口都是电脑控制的。入口处必须经过电脑输入条形码以后，闸口的转动器才能自动转动，而出口处需要游客手动拨动转动器，逐个走出。所以，在这样忙碌的黄金周中，不光入口排起长队，连各景点出口也排起了长队。

这时，队伍中出现一位坐着轮椅的残疾老人，由其女儿W女士推着轮椅车缓慢走过来。他们在进入该景点时，是通过残疾人通道进入的，非常顺利，父女俩很满意，也对出口充满信心，以为不会碰到什么问题。

可是，在长队的缝隙中走上来时，W女士发现，这里没有任何绿色通道的标志，两条通道都是为常规游客准备的。她疑惑地问出口处服务人员:“请问我们从哪里出去?”

服务人员小周正站在出口处，目送游客排队离开景点，他头也没回地说:“后面排队。”

W女士又问:“请问这位同志，我们该从哪里出去?”

小周有些不耐烦了，提高声音说:“我不是说了吗?排队出去!没看见大家都在排队吗?”

这时，队伍中有游客发出声音:“同志，你看看他，人家从这能出去吗?”游客们都注意到了，原来W女士身后是位残疾人。

小周这才留意到，原来是一位特殊的游客。他刚来景区不久，从来还没遇到过这样的事情，一时间不知该怎么办。他把同事老林叫来，老林走过来，笑了:“咦?怎么还有坐轮椅进来的?这是头一回啊!”看语气似乎是对小周说的。

小周也说:“是啊，头一遭遇见。咱们这儿就这两条通道能出去，那车根本过不了，这可怎么办?”

老林说:“实在不行，就让他从哪进来，再从哪出去吧!”

于是，小周转头对W女士说：“这里你肯定是不能出去了，你们从哪进来的？”

W女士说明是从入口处的残疾人通道入景点后，小周说：“那你们还是再回去从原地出去吧。”

W女士很诧异，表示这是不合适的，景点内路线很长，而且天色已晚，她和父亲不可能再按原路返回。并且质疑景点在残疾人通道方面给予的关注太少了。

小周又说：“这我就管不了了，反正这里是无论如何出不去的。”

这时游客聚得越来越多，关注的人也越来越多，小周口气变得更重：“还有很多人等着出去呢，你们要不就回入口去，要不就想其他办法出去，别在这里耽误我们的工作，行吗？”

这无异于火上浇油，W女士正准备和他们继续争论，其老父亲拉住她说：“算了，别争下去了，很多人等着呢，别耽误人家。”

游客中也正在议论纷纷，有些开始厌烦等待时间太长，有些开始替W女士想办法，有位游客说：“同志，他们景区可以派辆车来送一下他们嘛！”这也遭到了小周和老林的拒绝。

眼见时间越拖越长，小周和老林还是没有采取积极主动的解决方式，老林对W女士说：“你扶着你父亲从这通道走出去不就行了嘛！”

而后，残疾老人只好在女儿的搀扶下，拖着僵硬的双腿，一步一步缓慢移出了转动器隔离的通道。

当老人缓慢移过通道时，两条通道都一片安静，所有游客似乎都屏住了呼吸，替他们父女俩担心着，直到他们走完这一段艰难的路程，才有游客意识到，把他的轮椅车抬了出来。

一位游客对站在通道一侧的小周和老林直言：“迫使残疾人站起来，痛苦地“走”出景点，这也算是绿色通道？”

（摘自：酒泉职业技术学院旅游管理系案例库）

5.1 服务管理概述

5.1.1 服务与服务经济

服务在任何社会中都处于经济活动的中心。因此，认识到服务不是可有可无，而是一个社会的重要组成部分是非常迫切的。它是经济健康发展的关键，是经济发展的核心。服务不仅使制造业和采掘业的商品生产活动更加便利，而且也使之成为可能。服务业是当今世界经济一体化的重要推动力。

1. 服务的概念

服务是一种非常复杂的社会现象，有多种含义，从对个人的服务到一种产品，而且还可以更宽泛。如果一个企业试图满足顾客复杂的需求，那么，一部机器或者是其他有形产品，都可以转换成无形的服务。当然，那部机器依然是有形的物品，但如何为顾客提供恰



当的且能满足顾客需要的机器就是一种服务。John Harvey-Jones 先生是英国帝国化学公司的前董事长，20 多年前他曾经说，与石油行业中其他成功的公司相比，该公司的成功就在于它向顾客提供化学服务，而不是简单地将化工产品卖给顾客。从那时起，越来越多制造企业关注的焦点发生了变化，而且许多公司宣称它们正在成为服务企业。

那么什么是服务呢？20 世纪 60 年代以来，学者们曾经给服务下过很多定义，以下是服务管理与营销专家以及北欧和北美学派的代表性专家所给出的服务的定义。

(1) 格罗鲁斯(Christian Grŏnroos，1990)：服务是一种或一系列或多或少具有无形性的活动所构成的过程，这种过程是在顾客与服务提供者、有形资源的互动关系中进行的，这些有形的资源(或有形产品、有形系统)是作为顾客问题的解决方案而提供给顾客的。

(2) 洛伍劳克(Lovelock，1998)：服务是一种为顾客创造效益的行动或行为。

(3) 科特勒(P. Kotler，1997)：服务是一方提供给另一方的，本质上是无形的，并不导致任何所有权变动的一种活动和好处。

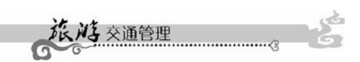
服务和有形商品最大的区别在于服务(或商品)在向顾客提供的过程中是否存在互动，这是服务营销领域北欧学派一致倡导的一个理念，著名的北欧学派代表学者格罗鲁斯认为互动的概念要比传统营销中交易的概念重要得多。很多服务看似没有互动，其实互动是存在的。如顾客从超市买东西，自己选了几件想要的东西，结了账就出门了。但是在顾客进门前，超市要对顾客的需求作出评估，才能选择货物种类和价格，甚至要对目标顾客的消费习惯进行研究和评估，才能确定商品摆放的具体位置。而顾客对超市服务质量的评价也是依据超市所在的位置、购物环境、物品种类、价格及是否便利等做出判断，以便决定是否继续购买或推荐别人来购买。所以，双方的这种互动关系不仅存在，而且对服务质量的形成起到至关重要的作用。

服务提供者与顾客之间存在互动使得服务一度被认为是“不可贸易的”，因为互动需要服务人员或企业与顾客接触，需要共同的语言和文化背景。但是 20 世纪 90 年代以来，随着信息技术的飞速发展，网络把全世界连接起来形成了地球村，语言和文化不再是互动的障碍，互动也不必是面对面的进行。因此，服务业的贸易迅速增加。20 世纪 70 年代初期，服务部门仅占全世界外国直接投资存量的 1/4，1990 年这一比例不到一半；而进入 21 世纪，服务业平均已占外国直接投资总流入量的 2/3。1990—2002 年的 12 年间，第一产业和制造业在全球跨国投资中所占的比重分别由 9%和 44%下降到 4%和 29%，而同期服务业的比重则由 47%上升到 67%。服务贸易的这种飞速发展也证明了互动对于服务提供的重要性。

服务在当今社会中的作用可以概括为以下几个方面：各类服务活动是产品生产和运输及相关服务系统的基础；在服务经济中，产品的生产者不能简单地依赖产品技术和质量提高各自的竞争力，而应该在重视前者的同时，下大力气注意提高和改进服务质量，只有从两方面入手，才能使企业获得成功；由公司为顾客提供全面优质服务，将成为经济飞速发展和扩大增值的主要来源；在经济衰退期，服务行业仍保持着整体就业的趋势；在经济增长期，服务行业的就业率比其他行业增长要快。

2. 服务的特征

对服务本质特征的系统性研究应始于泽丝曼尔(Zeithamel)、帕拉苏拉曼



(Parasuraman)和贝瑞(Berry)在 1985 年发表的“Problems and Strategies in Services Marketing”一文。在这篇文章中，作者首次提出了服务区别于一般产品的 4 个本质特征：无形性(Intangibility)、异质性(Heterogeneity)、生产与消费不可分离性(Inseparability)和易逝性(Perishability)。自此，这 4 个特征(IHIP)就作为服务的经典特征得到了学术界的广泛认同和引用。

(1) 无形性：服务是无形的活动。因为服务是一种行为表现而不是事物，它们不能像有形产品那样被看见、感受到、品尝到或是触摸到。无形性是服务与有形产品最重要的差别。由于这种特性，顾客难以提前感知消费的风险，无法评估服务质量。由于无形性，服务不易受到专利权的保护，不易于展示或传达，并且很难定价。

(2) 异质性：由于服务基本上是由人表现出来的一系列行为，因而没有两种服务是一样的。由于人的素质与技能不同，同一服务由不同的人提供，服务质量难以完全相同；即使是同一个人提供同样的服务，但因时间、地点、环境与心态不同，服务效果也会有所不同。同样，没有两个顾客是完全相同的，每个顾客都有自己独特的需求和与众不同的体验服务的方式，因此对服务的感知也因人而异。服务的这种异质性使其投入和产出难以标准化，使服务质量更难以保持和控制。

(3) 生产与消费的同时性(也可以称为不可分离性)：服务是一个过程，而不是有形物。无法按照有形的标准提前生产好，然后按照生产标准进行质量的严格控制。服务质量只能是在生产和消费的过程中由顾客和服务提供者共同生产出来。如旅游服务，旅行社不能在没有游客的情况下提供旅游服务。旅游服务的质量取决于旅行社的线路安排以及导游服务，也取决于游客参与的态度甚至游客之间的相互关系。因此，顾客不仅是服务的接受者，还参与服务的生产，服务生产与消费的不可分离性迫使企业的质量控制密切关注购买者和服务生产过程的紧密接触，并使买卖双方的互动成为必须。

(4) 易逝性：通常服务在生产出来的同时必须被消费，否则将会永远逝去。例如，飞机上的空座位、旅馆里的空房间、大学里的一堂课等，这些服务一旦失去就永远没有了。因为服务是一种行动或操作，而不是顾客可以持有的一种有形物品。例如，交通高峰期火车票、汽车票一票难求，可是当淡季来临，很多汽车、火车车厢空空荡荡难有顾客。由于客运公司提供的是一种不可储藏的服务，淡季过剩的交通资源无法储存起来供旺季使用。

虽然以上 4 个特性被广泛认同，但是学者们对服务特性的研究没有停止。因此，一些学者提出了服务还具有以下特点。

(1) 过程性：贝瑞(Berry)把服务定义为一种行动、绩效和努力。这突出了服务过程作为服务整体的一部分的内在重要性。格罗鲁斯(Christian Grŏnroos)认为服务是由一系列活动构成的过程，这个为顾客提供解决方案的过程需要运用各类资源，如人力、货物及其他有形资源，包括信息、系统、基础设施等，通过互动的方式来帮助顾客解决问题。在许多服务中，顾客必须或者希望参加服务的生产。顾客可以采用自我服务的形式参与服务过程，如从 ATM 机上提款；也可以采用和服务人员合作的方式参与服务过程，如在理发店、旅馆、大学或医院等。顾客参与服务过程可以在服务过程中发挥积极的作用，如教学效果很大程度上取决于学生自身的努力和参与。

(2) 劳动密集性：劳动密集程度，即劳动力成本与资本成本的比率，是服务生产和传





递过程的性质的一个重要维度。典型服务的生产和传递依赖于劳动或人员的高密集性，即公司员工的技能、才干和知识，这些不易被移植到不同的组织或社会群体中去。因为许多服务是劳动密集性或以人为中心的，员工技能、教育或专门知识的显著差异会使服务传递和产品的绩效显著不同。菲茨西蒙斯(A. Fitzsimmons)指出，对大多数服务组织而言，劳动是决定组织效力的关键资源；在顾客接触有限的服务中，劳动的密集性水平随着信息技术的引入而大幅下降。

(3) 不涉及所有权的转移：服务通常不涉及所有权的转移。乘坐火车从一个地方到另一个地方，到达目的地后，人们所拥有的只是手中的火车票。当人们从超市买来商品时，人们拥有了商品的所有权，超市提供的是从企业到消费者的商品所有权的转移。超市无法创造所有权，他们所做的只是在一定时间帮助企业或消费者暂时保管所有权。他们的目的是通过给我们提供便利的生活，从而获得收入。



知识扩展

对 service 的认识

S：Smile for everyone

E：Excellence in everything you do

R：Reaching out to every customer with hospitality

V：Viewing every customer as special

I：Inviting your customer to return

C：Creating a warm atmosphere

E：Eye contact that shows we care

3. 服务经济

所谓服务经济是指服务业的产值在国内生产总值(GDP)中的比重超过60%的一种经济状态；或者说，服务经济是指服务业中的就业者在整个国民经济全部就业者中的比重超过60%的一种经济态势。美国服务业在GDP中所占的比重高达80%，印度也高达50%，而我国服务业在GDP中的比重只占35%左右。而且，我国服务业当前主要集中在交通运输、批发零售、住宿餐饮等传统服务业上，而真正代表现代服务业的金融、电信、房地产、研发、保险、信息服务、现代物流等却发育不足，导致我国服务业仍处于低层次结构水平。综合比较各国服务经济状态，各国都日益重视服务经济发展，发达国家已进入了服务经济时代。

服务经济的来临，突出地反映在以下经济指标和心理感觉上。

(1) 在各个国家的国民出产总值的构成上，第三产业所占份额越来越大。

(2) 从事服务活动的从业人员，其人数占劳动力就业人数的比例越来越高。西方发达国家服务业就业比重普遍达到70%左右，纽约、伦敦、香港等国际大都市的服务业就业比重甚至达到90%左右。服务业吸收劳动力占社会劳动力的比重也逐年提高，多数国家服务业吸收就业劳动力人数已经超过第一、第二产业吸收劳动力的总和。

(3) 在顾客购买的产品中，服务的成分越来越多。许多著名跨国公司的主营业务已经开始由制造向服务衍生和转移，服务在企业的销售额和利润中所占的比重越来越高。如20

世纪90年代中后期，IBM开始了由制造商向服务商的转型，到2001年，服务收入达到349亿美元，占总收入的42%，首次超过硬件成为IBM的第一收入来源；2005年，IBM公司服务收入所占比例超过50%，利润连年增长高达10%以上；目前，IBM已是全球最大的IT服务厂商，远远超过传统的服务咨询企业，不论从企业经营状况，还是从外界的形象，IBM均已从硬件制造商成功转型为“为客户提供解决方案”的信息技术服务公司。可以预见，受大多数跨国制造企业的转型带动，全球生产性服务业未来仍将保持强劲的发展势头。

5.1.2 服务管理

1. 服务管理产生的历史背景

20世纪60年代以后，服务业在各国蓬勃发展起来，服务业的经济地位也与日俱增。制造业开始将服务作为重要的竞争手段加以运用。传统的制造业向制造—服务业转型，市场竞争的焦点逐渐从单一的产品竞争转向服务竞争，表明了服务竞争时代的到来。

企业要想获得持久的竞争优势必须对服务、生产、消费、质量以及顾客等要素进行有效的管理，而服务管理理论产生前，企业管理领域以“科学管理”为基础，“科学管理”是围绕解决企业组织管理的两个主要环节，即围绕如何提高企业管理人员的工作效率和工人的劳动生产率展开，它将人的管理物化，把经济手段作为调动工人积极性的唯一因素。显然，“科学管理”理论在指导企业服务竞争方面存在很大的局限性，因此必须探索适合于服务业的新的管理理论和方法。“服务管理”在这种背景下营运而生，并成为指导服务竞争的基础。

首先提出明确和完整“服务管理”概念的学者是格罗鲁斯，他认为，服务管理包含以下4个方面的内容。

(1) 研究顾客关系中的全面感知质量(效用)及其随时间变化的规律。

(2) 研究组织(人员、技术、物质资源、顾客、制度)如何生产和交易服务质量(效用)。

(3) 研究组织应该如何建立和管理组织，以获得预期质量(效用)。

(4) 建立组织职能，以获得服务质量(效用)并实现所有参与者(组织、顾客、社会、其他参与者)各自的目标。

格罗鲁斯认为，“服务管理”概念应该用一种动态的观点加以界定，不仅要明确顾客感知质量和追求的利益，还要明确它的动态变化特性。

2. 服务质量管理：质量差距分析方法

1) 理解服务质量

服务是一个无形的过程，在这个过程中，生产与消费同步进行，而且顾客直接参与到服务的生产过程中，服务质量的复杂性可想而知。为了理解服务质量，我们必须弄清楚顾客到底需要什么，他们怎样对服务质量进行评价这样一系列问题。

(1) 服务质量是顾客感知质量。

服务业应该避免将服务质量的内涵局限在某一项技术指标上，实际上，顾客通常会将

质量作为一个非常宽泛的概念来对待。企业对质量的理解必须和顾客的理解相吻合。否则，在制订质量改进计划时，就会出现错误的行为，导致服务企业白白浪费了金钱和时间，而顾客不买账的结果。

(2) 服务质量构成："什么"和"如何"。

顾客感知服务质量包括两个方面：技术或结果、功能或过程。在航空旅行中，旅客被航空公司的飞机从一个地方运到另一个地方，这就是服务的结果，无疑是顾客服务经历的一个重要的组成部分。但这不是顾客感知的服务质量的全部。顾客更关心的是服务结果是怎样传递给自己的，也就是说在从一个地方到另一个地方的过程中，自己是否感觉到舒适和惬意，在旅途中一些不可抗力给自己造成的不舒适，旅游交通服务公司是否尽到了他们的努力。服务人员在服务过程中是否表现出对顾客的关怀和理解，他们是否有主动性，他们解决问题的能力如何，以及他们是否具备良好的服务补救能力等都构成了服务的功能质量部分，即服务是如何提供的。

同时顾客对服务质量的感知还要受到企业形象的影响，一般情况下，顾客会对形象比较好的企业出现的小差错表示理解，但会放大形象比较差的企业出现的服务失误，如图 5-1 所示。

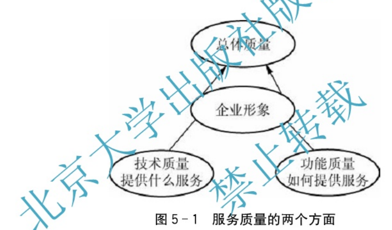


图 5-1 服务质量的两个方面

资料来源：克里斯廷.格罗鲁斯.服务管理与营销[M].韦福祥，等译.北京：电子工业出版社，2009.

(3) 质量与竞争优势。

质量是企业成功的关键，企业竞争优势建立在服务质量和价值基础上。服务企业通常想当然地将技术质量当作决定性要素来看，如果企业确实具有其他企业无法比拟的技术优势，这种想法是成立的，但现实是，在今天的市场上，企业和企业之间的产品从技术角度已经没有什么本质性的差别。因此，只要企业的技术质量在顾客可接受的范围内，顾客不会过多地关注这方面的服务质量，相反顾客会把注意力集中在与企业的互动关系上，也就是功能质量方面。企业在这方面的努力才是提高顾客感知服务质量的关键。

2) 服务质量差距模型

20 世纪 80 年代中期到 90 年代初，美国营销学家帕拉休拉曼(A. Parasuraman)、赞瑟姆(Valarie A. Zeithamal)和贝利(Leonard L. Berry)等人提出的 5 差距模型专门用来分析质量问题的根源。顾客差距(差距 5)——即顾客期望与顾客感知的服务之间的差距——是差距模型的核心。要弥合这一差距，就要对以下 4 个差距进行弥合：管理者理解差距(差

距 1)——不了解顾客的期望；质量标准差距(差距 2)——未选择正确的服务设计和标准；服务传递差距(差距 3)——未按标准提供服务；服务沟通差距(差距 4)——服务传递与对外承诺不相匹配。

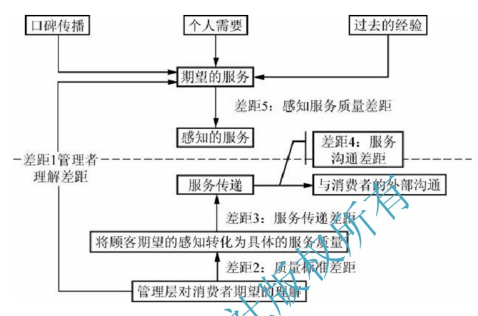


图 5－2　服务质量的差距分析模型

资料来源：A. Parasuraman，A. Zeithaml，L. L. Berry. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research［J］. Journal of Marketing，vol. 49，Fall1985，p. 48.

5.2　我国旅游交通服务管理的现状和问题

5.2.1　我国旅游交通服务管理现状

旅游交通服务包括旅游交通运输服务和旅游交通辅助服务。其中旅游交通运输服务是指传统的旅游运输服务，即以旅游、观光为目的的人与物的空间移动，它探讨的对象包括人和物。旅游交通辅助服务则是指在旅游交通运输服务基础之上提供的相关附加服务，借助此服务可以提高游客的舒适度、满意度和安全度，一般包括信息咨询服务、气象服务、风险预警、售票服务、安检服务、安全运营服务、导航服务等。

从传统意义上来说，旅游交通企业提供的核心服务是把游客从旅游客源地安全运送到旅游目的地。但随着社会的发展和技术的进步，旅游交通企业必须构建新的旅游交通服务体系，全面提升旅游交通辅助服务水平，打造旅游交通企业的品牌，增强企业的竞争力，才能确保旅游交通企业的可持续发展。

当前我国的旅游交通服务管理的现状表现在以下几个方面。

(1) 旅游交通运输的基本条件得到大幅度改善，游客可自由选择多种出行方式。

随着我国自驾游的逐渐增多，公路在旅游交通服务中承担着越来越重要的角色。在短途旅游中，该方式所承担的比重高达 66%～69%。其特点是灵活、方便，能深入到旅游点内部，短途旅行速度快，公路建设投资少、工期短、见效快；但其运载量小，受气候变化

影响较大，安全性能较差，排出的尾气对大气有污染。据2013年9月30号中国交通运输部的网站新闻报道：到2012年底，中国公路总里程已经超过了424万千米，高速公路覆盖了全国90%以上的中等城市，普通干线公路基本实现了对县级及以上行政区的连接和覆盖。高速公路通车里程达9.6万千米。全国拥有公路营运汽车1 340万辆。2012年全年完成的公路客运量、旅客周转量分别是1978年的23.8倍和35.4倍。

近年来随着我国综合交通运输的快速发展，动车、高铁等代表着先进、高科技的铁路运输形式出现在中国大地上，为提高旅游交通的便捷舒适程度提供了有力保证，我国先后开通"京津城际""合武客运专线"、再到"武广高铁""郑西高铁"，这些先进快捷的交通工具不仅改变了中国铁路出行脏乱、拥挤的印象，更极大地刺激居民乘坐高铁出行的兴趣。截止到2013年9月26日，中国高铁总里程达到10 463km，"四纵"干线基本成型。我国高速铁路运营里程约占世界高铁运营里程的45%，稳居世界高铁里程榜首。

航空旅游交通方式在远距离国际国内旅游中处于绝对垄断地位。其优势在于快捷、舒适、安全、灵活，航线的开辟不受沿地面的各种天然或人为障碍的限制，我国民航业"十一五"期间规模快速增长，成为全球第二大航空运输系统。统计数据显示，到2010年年底，中国民航运输机队总量达到1 610架，全年民航全行业完成旅客运输量达到2.7亿人次，其中运输总周转量的增长速度是同期世界民航增长速度的3倍以上；中国航空运输在国际民航组织缔约国中的排位，按旅客周转量计，由第37位上升为第4位。

2010年，我国水运主通道实现了"两纵三横"共5条水运主通道的建设："两纵"是沿海南北主通道、京杭运河淮河主通道；"三横"是长江及其另要支流主通道、西江及其主要支流主通道、黑龙江松花江主通道。除沿海南北主通道外，内河主通道由通航千吨级船队的4级航道组成，共20条河流，总长约1.5万千米。这些主通道连接了17个省会和中心城市、24个开放城市和5个经济特区，使之成为沿海南北、沿江工业带经济发展服务的航运体系。同时结合水资源综合利用工程，渠化航道，提高标准，改善航运条件。

(2) 随着不断进步的科学技术，旅游交通服务管理能力得到很大提高。

众所周知，服务业是一个由众多相关行业所组成的庞大的产业群。要提高旅游交通服务水平必须首先改善相关行业的技术水平。近年来随着科技不断进步，大量涌现出的新技术运用到旅游交通服务管理及其相关行业中，促进了我国旅游交通服务管理朝着智能化、网络化、微型化、移动化的方向发展，旅游交通服务管理能力得到很大提高。

旅游交通具有季节性、游览性、区域性和舒适性等特性(参见本书第1章的内容)，这些特性基本反映了游客对旅游交通服务的需求特性，这些特性为企业的传统服务管理带来了极大的挑战。季节性和区域性为在特定时期、特定区域的客流容量管理带来服务管理的极大压力，游览性和舒适性的要求对于旅游交通的基础设施和服务流程设计要求很高。此外，我国已经步入大众旅游时代，人们自由选择各种旅游交通工具(私家车、公共汽车、火车、飞机和轮船等)外出旅游，使得旅游交通企业通过营销管理措施分散客源更加困难。面临着这些压力，近年来，旅游交通服务企业不断地引入新的管理技术(图5.3)。这些新技术的应用，不仅可以在综合利用交通资源、提高交通效率、改善交通环境等诸多方面取得良好的效果，而且对于满足游客多元化需求、提高旅游的舒适性方面起到了很大的作用。

电话咨询 网络咨询 → 信息咨询服务
天气预报 → 气象服务
交通环境风险 → 风险预警
电话售票 网络售票 现场售票 → 售票服务
检票服务 安全检查服务 → 安检服务
轨道交通 汽车运输 航空运输 游艇服务 → 安全运营服务
导航信息 定位跟踪 → 导航服务
传统解说工具 → 解说服务
信号控制 数据传输 全球定位 → 通信服务
餐饮住宿娱乐 → 附加服务
商业保险 社会保险 → 保险保障
旅游交通事故应急报警受理 突发事件信息采集 救援实施方案 → 救援服务
热线电话 电子广告版 电子邮件 → 投诉服务

计算机技术
信息技术
通信网技术
语音与图像识别技术
信号融合技术
双星定位技术
Java技术
车牌自动识别技术
组态技术
实时更新技术
数字音频广播技术
数据传输技术
移动检测技术
监控技术
3G技术
声光电技术
虚拟技术
视频图像处理技术
防雷技术
电信技术
射频识别技术
电子地图更新技术

图 5－3　基于技术嵌入的旅游交通辅助服务技术模型

（资料来源：颜宁．基于技术嵌入的旅游交通辅助服务的构建研究[J]．旅游研究．2012.4(2)，45～50.）

（3）面临着全球竞争的压力，旅游交通企业服务管理水平亟待与国际接轨。

经济全球化带来了旅游业全球化的竞争态势。由于互联网的普及，信息可以实现全球同步流动。各种交通工具的改进，使游客全球旅行越来越便捷，世界越来越“平坦”。因此，旅游服务全球性竞争越来越激烈，各个国家都在以下 4 个方面努力提高旅游交通服务水平：①努力完善各类旅游服务设施，包括交通设施。②大量增加旅游服务项目，实现交通与游览的紧密结合。旅游交通服务项目是在服务设施基础上的扩大和深化，这些增加的旅游服务项目可以为旅游者提供方便、节约时间、提高效率，使旅游者的满意度加倍增长。③不断进行人才培训，提高服务技术。高超的服务技术会成为一种艺术表演，表演者和欣赏者都从中得到享受。④大力完善旅游交通服务体系。旅游交通服务质量不仅是一个



企业注重自己的质量，而是整个服务系统如气象服务、保险服务、安全服务、解说服务等都要注重提高自己的竞争力。

经济全球化背景下，旅游交通服务企业面临着更多的机会和挑战。随着跨国公司的涌入，本国的旅游交通企业可以获得更多的资金渠道提高管理技术、建立有效的市场机制，获得更多的客源，同时也面临着本国客源的流失。随着全球旅游业的快速发展，国内国外游客对旅游交通服务的期望趋于更高，需求更加多元化，因此，旅游交通服务企业面临着全球的竞争压力，亟待与国际旅游交通企业的服务水平接轨。

5.2.2 我国旅游交通服务管理存在的问题

1. 旅游交通基础设施建设不能满足新的游客群体的需要

旅游活动是实现旅游者在空间的位移及暂时的逗留。它既需要一定数量和一定质量的交通及设施保证，又需要同步的劳务服务。我国不少重要旅游区(点)的专用联系路线质量差，使旅游景区的可进入性降低，游客进出受到限制。尤其在春节、五一、国庆3个“黄金周”的旅游高峰期间，旅游交通运力远不能满足要求，容易出现游客买票难、乘车难等系列交通问题。

随着私家车的普及，在节假日出现大量的自驾游导致交通问题突出。特别是路上堵车，影响了旅游效率。景区停车位缺乏导致大量的汽车堵在路上(图5－4和图5－5)，各旅游景点因基础设施的局限，自驾游由“井喷”变成“灾难”。据2013年10月9日的大众网报道，仅山东省经常参加自驾游的私家车就超过100万辆，这百万的车辆急需管理规范，而现有的法律在管理自驾游方面几乎是空白。太多的居民开着私家车出游，除了带给旅游者一定的便利，对于道路设施、燃油消耗、环保等方面所带来的问题也显而易见，相比而言，大巴车、公共车出行，尽管所占道路面积和燃油消耗约为私车的3倍，但是平均到每个人的头上，成本非常低廉。旅游进入大众化时代，旅游交通服务管理急需出台政策措施引导乘坐公共交通工具出游的理念。



图5－4 2013年国庆黄金周国内某景点的停车场

(图片来源：http://www.fengtai.tv/thread-298626-1-1.html)





图 5－5　2013 年国庆黄金周吉林延边某景区停车场爆满，车辆沿途停车

（图片来源：http：//www.fengtai.tv/thread-298626-1-1.html）

2. 旅游交通服务质量存在隐患

2013 年 10 月 6 日，在我国著名的旅游景区云南香格里拉出现了游客因不愿交 100 元的家访费被弃荒野，投诉被骂“滚蛋”，甚至遭到“拘留”威胁的事件。在近年来的旅游投诉中，这种强制消费并与游客发生肢体冲突事件时有发生。这反映了我国当前旅游交通服务管理存在着不完善的地方。

此类严重影响旅游地形象的事件频繁发生反映了我国当前旅游交通服务质量管理存在着不够完善的隐患。首先，管理体制混乱。在直接提供旅游交通服务的人员和工具中，经常出现没有所需要的手续和证书、人员超载，甚至用报废的运载工具运送游客的现象。其次，交通服务管理缺乏科学性，交通规划不合理，服务人员缺乏正确的服务理念，在最近几年很多山区游、农村游的交通服务中，通常是用没有受过专门训练的农民工直接接触游客，对旅游地的交通服务质量造成了很大的损坏。最后，对于旅游交通服务的本质缺乏必要的理解。旅游交通提供的是一个完整的服务，服务质量有一个“木桶原理”，即游客对服务质量的感受和评价永远取决于最差的那一项，就像木桶的盛水量永远取决于木桶上最短的那一块木板。因此，提高旅游交通服务质量要注重全面的服务质量，努力为游客创造一个完整的舒适的旅游体验。

3. 各地区间发展极不平衡

依据旅游经济发展水平及旅游产业结构的不同，我国旅游业可划分为东西部两大地区。东部地区是中国旅游业前进发展的基地，包括黑龙江、吉林、辽宁、北京、天津、河北、山西、山东、上海、江苏、浙江、安徽、江西、福建、海南、广东 16 个省、直辖市。西部地区是中国旅游业发展的后劲所在，包括四川、重庆、贵州、云南、广西、西藏、湖南、湖北、河南、内蒙古，陕西、宁夏、甘肃，青海、新疆等 15 个省、自治区、直辖市。东西部地区就旅游业而言，由于受地理背景、开发背景及经济发展水平等诸多差异因素影响，在开发战略及开发远景等方面都存在较大差异。

相较于东部，西部旅游资源具有资源富集、少数民族众多的特点，也是我国联系东南



亚、东北亚和中亚等周边国家的门户和窗口。总之，旅游交通资源东西部之间存在着以下差距：①西部交通总量较低，中国最大的4个机场均位于东部沿海地区，路网密度西部地区仅为20.6km/百平方公里，东部地区高达98.8km/百平方千米，西部地区约为东部地区的1/5。②道路等级较低。2008年年底，西部地区高速公路密度为0.24 km /百平方千米，不到东部地区(2.41 km /百平方千米)的1/10；二级以上公路比例为7.0%，为东部地区(17%)的41.1%；二级以上公路密度为1.44 km /百平方千米，为东部地区(16.8 km /百平方千米)的1/11；有铺装路面比例为18.6%，仅为东部地区(61.3%)的30.3%。③综合交通保障能力较低，西部大部分为内陆地区，大多省市缺乏通江达海的航运，东部地区出海的平均距离为167 km，而西部地区则高达到2 052 km，是东部地区的12.3倍。④运输服务水平较低，东西部地区公路网通达深度与东部存在较大差距。2008年年底，西部地区建制村通达率为81.2%，而东部地区则为99.7%；西部地区乡镇、建制村通畅率分别为77.5%、35.04%，与东部地区的98.5%、90.1%相比更是差距明显。同时，西部地区运输装备总量和能力远远落后于东部地区。2008年年底，西部地区载客、载货汽车为46.6万辆、190.8万辆，东部地区为75.9万辆、354.1万辆；西部地区船舶总数、净载重量分别为2.7万艘、784万吨，而东部地区高达10.3万艘、8 530万吨。

4. 旅游交通发展障碍重重

旅游业是高度关联性产业，旅游业的发展要受制于交通条件。目前，在我国旅游业与交通的协调发展意识淡漠。旅游交通发展障碍有：①旅游交通道路建设筹资障碍，市场经济条件下的企业追逐“立竿见影”的投资回报，不愿对旅游交通建设作长期投资；②旅游交通道路建设主体模糊障碍，专线道路建设的主体不明确，一些旅游专线成为断头路或路况差，旅游区(点)的整体形象受到损害；③旅游区管理体制障碍，有的国家级风景名胜区，山上、山麓、山下、区内，各有各的“婆婆”，各行其政，相互制约；④旅游交通发展与环境保护矛盾的障碍，在旅游交通开发建设中，只注重缩短空间距离、节约直接成本，而忽视构成旅游资源的核心成分——自然生态环境可能被永久破坏；⑤旅游交通价值观错位的障碍，旅游商们尽可能地聚集资源，不惧风险地搞高级宾馆酒店建设、搞人造旅游景观开发，对旅游交通的前景缺乏忧患意识，对旅游交通的建设采取冷漠的态度。

5.3 其他国家旅游交通服务管理概述

5.3.1 美国的旅游交通状况

美国的旅游交通十分发达，航空、铁路与公路系统纵横交错，设备完善舒适，为旅游的空间位移提供了充分的保证。是旅游业成熟的重要表现所在。美国前总统比尔·克林顿曾说：“旅行与旅游对于21世纪的美国人是非常重要的，它是我们最大的商务服务出口项目，是国家第二大雇主。”

1. 航空交通

全美1 300多个城市都有机场，像纽约、芝加哥、洛杉矶、亚特兰大、华盛顿等重要



城市都有2～3个机场，据不完全统计显示，美国机场铺设跑道的有5 100多座，小型未经铺设跑道更有9 500多座，合计约15 000座。还有专供直升机使用的机场132座。所以在美国乘飞机旅行就与在中国坐公交一样方便。当然，因为“911”事件的影响，现在美国机场安检非常令人不便，但这是另外一回事。全美有大型航空公司多达50多家，国内定期航线达28万千米，所以竞争也相当激励，各家公司常年不断有名目繁多的促销优惠，有时可以买到非常实惠的机票，而且各家公司还设计有各种各样的线路组合可供游客选择。

2. 铁路交通

目前，美国建成的营运铁路总长达38.6万千米，为世界之最。铁路为20世纪90年代以前美国最重要的内陆运输交通工具。现在尽管因为飞机和家庭汽车的普及，铁路交通并不显得那么重要了，就是半政府半民间性质的1971年成立的全美最大铁路公司AMTRAK也经营不景气。

与我国情况相反的是，在美国坐长途火车旅行多是富人的享受。因为有的铁路公司为了吸引不太在意时间的长途旅行游客、或是喜欢欣赏铁路沿线风光的游客，专门设计了非常舒适环境的旅游列车，座椅按航空座椅标准设计，且要宽大得多，可坐可卧，一节车厢只有50多个座位，空间感是乘飞机和自驾车不可比拟的。多数车上有电脑上网设施，方便游客在休闲的间隙处理业务或是与亲朋好友联系，及时了解世界上发生的一切，利用网络处理自己的行程。有的列车甚至设有电影放映间、洗浴室、按摩室、小赌场等。坐这样的高级游客列车就像住在流动的宾馆一样。当然其价位也是较高的，与飞机票价差不多，有的比飞机票还高。

3. 公路交通

美国的高速公路四通八达，密如蜘蛛网，而且设计非常科学，不同道路的交叉联系顺畅；路标系统完善。高速公路极少有收费站，仅有的收费站主要是对大型桥梁、隧道的收费，且比较便宜，多为1美元左右，高的一般也不超过5美元，低的也有25美分或50美分的。全美公路总长约637万千米。平日行驶车辆达16 000万辆。据抽样调查资料表明：美国居民外出开自用车者占80%，乘飞机者占18.2%，乘巴士者占1.2%，乘火车者仅占0.6%。在美外出旅行租车也很普遍，各大机场都有专门的租车区域，网络预订或是现场租用都非常方便，价格也比较合理。多数全国连锁的租车公司甚至可以在任何不同的地方租车、还车。开车到机场多数还有专门的道路指示去专门的租车还车区域。

4. 水路交通

水上巡游业是目前旅游业中发展速度最快的一个领域，无论是游客、游船还是游客承担量都有了迅猛的发展。美国巡游行业大多集中在佛罗里达州内的港口，主要原因是这里与加勒比海的水上巡游近在咫尺。水上游览一般持续4～7天，个别巡游持续10～14天。迈阿密目前享有“世界水上巡游之都”的美誉。纽约市和波士顿是著名的水上巡游出发点，游轮从此出发开往新英格兰、百慕大和加拿大的沿海省份。

根据万事达国际组织(MasterCard Worldwide)2013年公布的“全球旅游目的城市指数”，泰国曼谷夺得冠军，前10名入榜的亚洲城市还包括第5名的新加坡与第9名的香



港。另外，2013年亚太区十大旅游目的城市中，中国有香港(第4)、上海(第6)、台北(第8)、北京(第9)与广州(第10)等5座城市入榜。相关统计显示，没有任何一种度假方式能够在产品满意度和回头率方面超过水上巡游业。在过去的5年里乘坐过游轮的顾客中，平均每人共乘坐2.4次，或者每2年乘坐1次。尽管现代巡游业才只有20多年的历史，但它已成为美国旅行与旅游行业的一个重要部门。

5. 完善的步道系统

所谓的步道系统是指一条可以是专门建设的，也可以是人走出来的，可供至少一人或多人(包括徒步旅行、骑自行车、滑冰、滑雪、轮椅等，还包括越野娱乐交通工作如摩托车、雪地汽车、能行驶于各种地形的越野四轮驱动汽车等)通过的步道线路。这些步道系统是根据美国国家步道系统法而建立起来的，主要有以下3种类型。

(1) 国家风景步道：是指100英里或更长的、连续的主要用于非机动车辆的著名步道，这样的步道系统需要国会立法确定。如美国最长的步道——阿巴拉契亚国家风景步道，是1968年确定的，全长3 453km，南北纵贯6个州，由国家公园管理局管理。

(2) 国家历史遗迹步道：是指历史上或史前的线路，这些线路对美国具有重大的历史意义，由国会立法确定。如刘易斯和克拉克国家历史遗迹步道，是为纪念刘易斯和克拉克带领探险队响应美国第三任总统杰斐逊的号召于1803年12月11日出发寻找一条横跨大陆通向太平洋的水路而向西部行进的道路。实际上，这也是美国向西部拓展疆土的一条路线。

(3) 国家娱乐步道：根据国家步道系统法的授权，由美国农业部或内务部部长发布的目前已经存在的地区性和当地的步道。

现有的23条国家风景步道和国家历史遗迹及800条国家娱乐步道，分别由美国内务部的国家公园管理局和土地管理局及美国农业部的森林管理局来管理。

5.3.2 日本的旅游交通状况

日本交通十分发达，遍布全国各地的大小机场，四通八达的高速公路，横贯东西的高速新干线，交织如网的城市电车和地铁，发达的水上交通，构成了日本交通的海陆空立体交通网。日本的公共交通以其准时、优质的服务及客流量大而闻名。

1. 铁路交通

日本是世界上第一个建成实用高速铁路的国家。1964年10月1日东海道新干线正式营业，代表了当时世界第一流的高速铁路技术水平，标志着世界高速铁路由试验阶段跨入了商业运营阶段。2011年3月5日，日本新干线速度最快的列车隼鸟号投入运营。按日本总人口来计算，每年人均乘坐铁路列车将近200次；而与日本国土面积大致相同的德国，铁路的人均利用率不足20次。因此可以说，日本铁路的运输效率是世界上最高的。

新干线是日本铁路运输中安全、准时的交通工具。日本现在有5条新干线，即东海道新干线、山阳新干线、东北新干线、上越新干线和长野新干线。另外，北海道新干线、九州新干线、长崎新干线正在建设中。还有，日本研究出的磁悬浮列车已试验成功。乘坐这种列车的感觉像坐飞机一样平稳、舒适。

2. 公路交通

高速公路是交通运输中最重要的线路之一。1987 年，日本的道路长度已超过 110 万千米，每平方公里的土地上约有 3km 的道路，大约是法国和英国的两倍，是美国的 4.5 倍。日本正在急速发展高速公路，每年向道路系统的建设上投入大量资金，截止到 2011 年底公路总长已达到 121 万千米。在公路不断增加的情况下，汽车的数量也在不断增加，截止到 2012 年 3 月，全美汽年汽车拥有量已超过 6 850 万辆，而且还在迅速增加，因而，道路仍显得拥挤不堪，加速高速公路建设仍是摆在日本政府面前的重要课题。

3. 航空运输

日本的航空业相当发达。日本主要的航空公司有日本航空公司(JAL)、日本全日空航空公司(ANA)、日本航空系统公司(JAS)。这些公司都有与欧洲、亚洲和美洲等各主要城市的庞大的航线网络。另外，世界各国的主要航空公司也有飞往日本各主要城市的飞机航班。如东京—汉城、东京—洛杉矶、东京—纽约、东京—里约热内卢、东京—温哥华、东京—法兰克福、东京—伦敦、东京—马德里、东京—巴黎、东京—罗马、东京—维也纳、东京—曼谷、东京—北京、东京—香港、东京—悉尼等。

5.3.3 埃及的旅游交通状况

埃及地跨亚、非两洲，大部分位于非洲东北部，曾经在 2005 年和 2007 年被评为世界十大旅游胜地之首。埃及是举世闻名的四大文明古国之一，素有“世界名胜古迹博物馆”之称。在尼罗河谷、地中海畔及西部沙漠等地都发现了大量的埃及古代文明的遗迹。那神秘莫测的金字塔和狮身人面像司芬克斯之谜，那天外飞仙般的巨大壁画和扑朔迷离的象形文字，是古埃及文明的象征。位于开罗近郊吉萨高地上的胡夫、哈夫拉和门卡乌拉三座金字塔距今约有 4 500 年历史，堪称人类建筑史上的奇迹。卢克索位于开罗以南 700 多千米处的尼罗河畔，是埃及文化古迹集中的旅游胜地。埃及历史名城亚历山大位于尼罗河三角洲西北部，享有“地中海明珠”的美誉。

埃及交通运输十分便利，海陆空运输能力增长较快，铁路全长 7 000km，开罗第一条地铁全长 42.5km，海港有 7 个，年吞吐量 3 050 万吨，主港口有亚历山大、塞得港、苏伊士等；有国际机场 5 个，开罗机场是连接亚非欧的重要国际航空港，十分方便游客来旅游观赏。

埃及的航空业：有民航飞机 58 架，10 个机场，其中 5 个是国际机场。开罗国际机场是世界著名的空港、中东地区最重要的航空中转站。在埃及乘坐飞机，应尽早登机。埃及国内航线使用第 1 候机大厅，起飞前 1 小时停止办理登记手续。从开罗飞抵南部的阿布·辛贝勒，需要 2 小时 20 分钟左右。特别是阿布·辛贝勒神庙只有飞机，所以有很高的利用价值。

铁路目前有 27 条路线，全长 7 000 多千米，仍是全国交通大动脉，年运送乘客 7 亿人次。铁路的车费有各种折扣，4 岁以下免费，4～10 岁之间半价，当日往返车票打 7.5 折，1 个月内往返，车票打 9 折，出示学生证之后可以打 7 折。此外，根据乘车区间和季节不同，还有一定的折扣。车票可在火车站提前购买或上车后补。



埃及公路全长5万千米左右，公路四通八达，连接全国所有的城镇乡村，可以说有人居住的地方就有公路或土路。全国各类汽车共计约500万辆，2002～2003年度客运总量为113.57万人，货运总量为41.45万吨。2002年10月，埃及完成了历史上里程最长、投资最大的北部高速公路。这条沿地中海南岸的公路东起拉法、西到塞卢姆，穿越埃及8个省份，总长度达到1 050km，耗资约26亿埃镑。

埃及有7条国际海运航线，内河航线总长约3 500km。现有亚历山大、塞得港、苏伊士等港口7个。现有亚历山大、塞得港、杜米亚特、苏伊士等港口7个，年吞吐总量为5 200万吨。苏伊士运河是沟通亚、非、欧的主要国际航道，每天通过船只50艘左右。商业船队共有125艘轮船，总吨位达200万吨。2002年苏伊士运河过境税收入为19.63亿美元，通过船只约1.4万艘。每年有许多远洋客轮在亚历山大港和塞得港等港口泊岸，游客可登岸参观游览。开罗至阿斯旺有尼罗河观光游轮航行，开罗以北有少量运货船。

5.3.4 南非的旅游交通状况

在2007年世界十大旅游胜地排名第三的南非旅游交通也是相对发达，游人可以利用南非的市际交通服务抵达各个城市。

公路交通状况：南非有公路23万千米，其中高速公路2万千米。南非的公路分国道、省道、市道，都有编号，可以按号码寻路。市区小道都标有具体地址，如果不会英文的话就无法认路。南非的车速也有限制，但由于路况和车况都比较好，单行道多，无自行车，一般都会开到120～160km/h，因此，时常有人被罚款。

铁路交通状况：南非除了拥有真正四通八达的公路网和完备的相关设施及空中交通外，其铁路交通也令人叹服，乘火车旅行跟飞机一样舒适，且车站多在市中心，车票随到随买，万一没来得及买票或坐过了站，在列车员处补票就是，不会挨罚。最值得称道的是服务，售票员对你有问必答，有求必应。例如长途旅行的旅客想知道中转的时间、站点，售票员就打印一张单子给旅客带上，让人一目了然。

南非的火车比较快，而且档次既多又分明。除了一般直快，还有地区间的快车，大城间的快车称Intercity，特别快车称ICE。乘后两种快车都得加一些钱。

航空交通状况：南非有9个主要机场，分别是：布隆方丹、约翰内斯堡(国际机场)、开普敦(国际机场)、金伯利、德班(国际机场)、伊丽莎白港、东伦敦、阿平顿、乔治。众多的航班连接着南非主要的城市，还有定期航班和包机服务使来访客人能够方便地抵达其他城市和游览胜地。在主要的机场都有公共汽车、出租车为来访客人提供服务，来访客人还可以租用汽车。

5.4 旅游交通服务管理技术方法

服务的无形性和生产消费的同时性表明了服务过程中顾客的出现才是服务实现价值的开始，因此服务管理技术应该围绕顾客的参与来设计。通常人们把顾客感受到的服务称为服务包(Service Package)，即在某种环境下提供的一系列产品和服务的组合。该组合有以下4个内容：①支持性设备。在提供服务前必须到位的物质资源。例如，高尔夫球场、滑

雪场的缆车和飞机。②辅助物品。顾客购买和消费的物质产品，或是顾客自备的物品。例如，高尔夫球棒、滑雪板、替换的汽车零件、法律文件及医疗设备。③显性服务。那些可以用感官察觉到的和构成服务基本或本质特性的利益。例如，火车的干净整洁舒适的座椅。④隐性服务。顾客能模糊感到服务带来的精神上的收获，或服务的非本质特性。例如，旅行途中，服务人员体贴周到的问候和乘客之间礼貌友好的相处。所有这些特性都要被顾客经历，并形成他们对服务的感知。重要的是，服务经理要为顾客提供与他们所期望的服务包一致的整个经历。以廉价旅馆为例：支持性设施是一幢混凝土大楼，有简单的家具；辅助物品减少到最小限度，仅有肥皂和纸；显性服务为干净房间里的一张舒适的床；隐性服务可能是有一位和蔼可亲的前台服务员及一个安全的照明良好的停车场。偏离这个服务包，如增加旅馆服务生，将会破坏廉价旅馆的概念。

服务包的概念表明了旅游交通服务是一个复杂的综合系统，既有有形的设施也有无形的环境，以及服务人员的接触技巧。因此旅游交通服务管理的技术应该是一个综合体系。下面将依次介绍顾客满意评价指标体系、理顺服务需求技术、服务预定系统、SERVQUAL 量表法、服务人员选拔技术等。

5.4.1　旅游交通顾客满意度评价指标体系

顾客满意度是服务领域衡量服务质量的重要标准，也是寻求改善服务质量方法的重要工具。满意度评价数据的获得需要有一套科学的调查方法，美国于 1994 年建立了美国国家顾客满意度指数体系，美国联邦公路局针对交通运输行业特点，研究确定了交通领域社会满意度调查体系。我国国家科技部委托中国标准研究中心在 2000 年开始进行中国用户满意度指数的研究，国内的研究人员先后将满意度评价理论应用于社会发展评价、大型工程建设项目、产品服务质量等领域，近年来逐渐在交通运输行业得到应用，例如铁路、轨道交通、城市公共交通等各个领域均开展了用户满意度评价。国内研究人员针对公路交通服务的特点建立了满意度评价指标体系，确定了调查方法及抽样率，并建立了用户满意度评价模型，可以作为旅游交通顾客满意度指标体系的参考。

1. 公路评价指标体系建立的原则

公路交通服务用户满意度评价指标体系是以提高用户满意度为目标，运用系统观点把公路交通服务系统中各阶段、各环节影响用户满意程度的主要因素结合起来，形成的一个层次分明、科学合理的综合评价指标体系。指标体系的建立是整个公路交通服务用户满意度评价的核心，决定了评价结果的有效性和可靠性。在指标体系的建立中，需遵守以下几项原则。

客观性：保证评价体系的客观公正，保证数据来源的可靠性、准确性和评估方法的科学性，确保获得客观、真实的评价结果。

完整性：评价指标体系从多方面、多层次反映公众对公路交通服务的需求和满意程度。

科学性：以公路交通使用者的实际感知来确定评价指标的选择，指标选择必须以科学理论为依据。

实用性：评价体系应当进行科学的设计和优化，并考虑公路交通的实际情况，保证可

实施和应用。

2. **指标体系的构建**

根据评价指标体系建立的原则，建立公路交通服务用户满意度评价指标体系。运用层次化结构设定评价指标，划分 3 个指标层次。公路交通服务用户满意度为一级指标，公路交通建设、养护、管理为二级指标，根据公路交通服务的特点，将二级指标展开为具体的三级指标，即问卷上的问题，最终形成的公路交通服务用户满意度评价指标体系结构见表 5-1。

表 5-1　公路交通服务用户满意度评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
公路交通服务用户满意度	U_1：公路交通建设	x_{11}：公路建设质量
		x_{12}：公路建设速度
		x_{13}：公路建设监管
		x_{14}：环境、生态保护情况
	U_2：公路交通管理	x_{21}：公路配套设施配套情况
		x_{22}：公路交通秩序
		x_{23}：公路交通信息服务
		x_{24}：公路交通紧急救助
		x_{25}：突发事件的应急能力
		x_{26}：公路交通安全状况
		x_{27}：公路系统方便、快捷实现情况
	U_3：公路交通养护	x_{31}：公路养护及时性
		x_{32}：公路路面质量
		x_{33}：公路桥梁状况
		x_{34}：公路养护施工对交通的影响
		x_{35}：公路美化、绿化情况

资料来源：魏东，侯德藻，杨曼娟，王成虎．公路交通服务用户满意度评价方法研究[J]．公路交通科技，2010，6.

5.4.2　理顺服务需求

服务能力随时间消逝。如果没有顾客的需求，就会造成服务提供者服务能力永久损失。然而，服务需求会明显地随时间变化。一天中随小时变化(例如公共交通)，一周中随日期变化(例如周末近郊农家旅游)，一年中随季节变化(如滑雪胜地)。如果需求变化能够理顺，就可降低需要的服务生产能力。于是，便能更有效地利用一些服务设施，最终使服务生产率得以提高。要实施理顺服务需求策略，顾客必须参与、调整他们的需求时间使其与可获得的服务相匹配。要达到这种目的，典型的方式是预约或预定，以减少顾客的等待时间。也可在服务需求低谷期通过价格刺激吸引顾客消费(例如，旅游淡季打折或在滑雪胜地每周中期对缆车费打折)。如理顺需求的能力失败，也可通过要求顾客等待来达到较高的服务能力利用率，因为顾客等待有助于更大限度地利用资源。或许可在等候厅写下如

下标语："你们的等待会是我们低价的保证!"，希望顾客能够通过参与服务而获得价格上的回报。但是遇到临时性的高峰，比如突然要变天了空中索道拥堵，天气炎热，地下漂流拥挤，在这种情况下，顾客需要"培训"。服务提供者应扮演"教育者"角色，这在服务业还是一个全新的观念。从传统来看，服务企业往往只依赖服务人员，而忽略了顾客。随着服务变得日益专门化，顾客也要承担诊断角色。例如，出游前先进行天气情况的了解。如果地下漂流船只有限，旅游组织者可提供替代服务项目，让顾客选择。因此，服务效率的提高要依靠有知识和自信的客户。

5.4.3 使用服务预定系统

预订等于预先提供了潜在服务。当预订做出之后，额外的服务需求就会被转移到同一组织内相同设施的其他适宜服务时间或转移到其他服务设施上。一个拥有全国预订系统的连锁宾馆在顾客的首选宾馆无法提供空闲房间时，就会在其拥有的连锁宾馆之中选择距首选宾馆最近的一家宾馆为顾客预订房间。预订服务还可以通过减少等候时间和保证随时提供服务来使顾客受益。然而，当顾客未能履行其预订时，问题就出现了(这些顾客被称为"未出现者")。通常，顾客不会因其未履行预订而承担经济责任。这样就会导致不受欢迎的行为，例如乘客可能为了防意外而向航空公司预订了好几个班次的机票。对于那些不确切知道自己什么时候才能出发的商务乘客来说，这种行为很普遍。通过多次预订，他们可以确保在能够出发时马上坐上飞机。然而，所有的未履行预订都会造成飞机上出现空座，除非乘客事先通知取消预订。为了控制享受折扣价格的乘客出现未能登机的现象，航空公司现可发售不可退票款的机票。

面对由于未能履行预订而出现的空座问题，航空公司采用了一种称为超额预订的策略。通过接受数量超过飞机可利用座位总数的预订，航空公司可以防范出现大量未履行预订的风险。然而，如果航空公司接受太多的预订就有可能冒已经预订机票的乘客无法坐上飞机的风险。由于超额预订方法的滥用，美国联邦航空管理局作出规定，要求航空公司赔偿由于超额预订而未能坐上飞机的乘客并为他们提供下一班飞机的座位。同样，许多宾馆也为那些因为超额预订而未能入住的客人免费提供附近宾馆的相同档次的房间。一个好的超额预订策略应该既能最大限度地降低由服务设施空闲产生的机会成本，又能最大限度地降低由于未能提供预订服务而带来的成本。因此，采用超额预订策略需要对一线员工(如宾馆的前台服务人员)进行培训，以应付那些未能获得预订服务的客人。宾馆最起码应该为客人在其竞争对手的宾馆里安排一间相同档次的房间并随后用车将客人免费送到那里。

5.4.4 SERVQUAL 量表

服务质量差距模型的发明者开发出一个叫 SERVQUAL 的表来测量服务质量的五大要素(可靠性、响应性、保证性、移情性、有形性)。表 5－2 中列出了利用这种方法评价服务质量时使用的标准问卷。其中，第一部分评价顾客对某类服务(如经济型旅馆)的服务期望，第二部分反映顾客对某个服务企业的感知。调查表中的 22 个陈述分别描述了服务质量的 5 个方面。

表 5-2 SERVQUAL 的方法

说明：这项调查旨在了解您对于某类服务的看法。您认为提供服务的企业在多大程度上符合下列陈述描述的特征。从每个陈述后面的 7 个数字中选出你认为最适合的。完全同意选 7，完全不同意选 1。如果感觉适中，请选择中间的数字。您的回答没有对错，我们最关心的是您对服务的看法。

E1 他们应该有先进的设备。

E2 他们的设备应该有明显的吸引力。

E3 他们的雇员应穿着得体、整洁。

E4 这些公司设备的外表应与提供的服务相匹配。

E5 他们承诺了在某时做某事时，他们应该做到。

E6 当顾客遇到困难时，这些公司应表现出同情心。

E7 这些公司应是可靠的。

E8 他们应在承诺的时间提供服务。

E9 他们应记录准确。

E10 不能指望他们告诉顾客提供服务的确切时间。

E11 期望他们提供及时的服务是不现实的。

E12 员工不总是愿意帮助顾客。

E13 如果因为工作太忙而不能立即回答顾客的请求，也可以理解。

E14 员工应是值得信赖的。

E15 顾客应在与公司的交往中放心。

E16 员工应有礼貌。

E17 公司应给员工充分支持，以使他们工作得更好。

E18 不应指望公司给予顾客个别的关心。

E19 不应指望这些企业的员工给予顾客个性化的关注。

E20 期望员工了解顾客的需求是不现实的。

E21 期望这些公司把顾客最关心的事放在心上是不现实的。

E22 不应指望营业时间便利所有的顾客。

下列陈述与您对 XYZ 公司的看法有关。请表示您对每个陈述同意的程度。完全同意选 7，完全不同意选 1。您的回答没有对错，我们想了解的是您对 XYZ 公司的看法。

P1 该公司应该有先进的设备。

P2 该公司的设备应该有明显的吸引力。

P3 该公司的雇员应穿着得体、整洁。

P4 该公司设备的外表应与其提供的服务相匹配。

P5 该公司承诺了在某时做某事，他们就应该做到。

P6 当顾客遇到困难时，该公司应表现出同情心。

P7 该公司应是可靠的。

P8 该公司应在承诺的时间提供服务。

P9 该公司应记录准确。

P10 该公司不能告诉顾客提供服务的确切时间。

P11 期望该公司提供及时的服务是不现实的。

P12 该公司的员工不总是愿意帮助顾客。

P13 该公司的员工因为工作太忙而不能立即回答顾客的请求。

续表

P14	该公司的员工是值得信赖的。
P15	顾客应在与该公司的交往中放心。
P16	该公司的员工有礼貌。
P17	为使工作做得更好，该公司的员工得到了公司的充分支持。
P18	该公司没有给顾客个别的关心。
P19	该公司员工没有给顾客个性化的关注。
P20	期望该公司员工了解顾客需求是不现实的。
P21	期望该公司把顾客最关心的事放在心上是不现实的。
P22	该公司的营业时间不是便利所有顾客的。

① 本问卷采用7分制，7表示完全同意，1表示完全不同意。中间分表示不同的程度。问卷中的问题随机排列。

② 对这些陈述的评分是反向的，在数据分析前应转为正向得分。

资料来源：A. Parasuraman，V. A. Zeithaml，L. L. Berry. SERVQUAL：A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing，vol. 64，no. 1，Spring 1988，pp. 38-40.

5.4.5 服务人员的选拔与培训技术

旅游交通服务是消费者必须亲自参与的活动，服务质量的好坏取决于消费者的感知，甚至是与服务人员接触的“关键时刻”(Moments of Truth)。理想的情况是，与顾客直接接触的员工应该具备灵活性、对顾客言辞含糊的宽容及根据情景监督并改变行为的能力，他们还应具备设身处地为顾客着想的个人品质。这种品质(设身处地为顾客着想)比年龄、教育、知识、培训和才智更重要。

一些人发现，一线服务非常枯燥且具重复性；但另一些人却看到，这种工作提供一种去接触和联系各种各样人的机会。那些具有必要人际技能的人可能被吸引到高接触工作岗位，但是，挑选过程对于保证高质量服务仍是重要的。

1. 挑选

还没有一种完全可靠的测评人的服务导向的方法。不过，大量的面试技术被证实是有用的。抽象提问、情景小品、角色扮演等，都可用于评估潜在的一线员工。

1）抽象提问

在抽象面试中提问的问题是开放式的，它们可以用来评价申请人将当前的服务情形与来自以往经验的信息相联系的能力。一个评估申请人对环境是否关注的问题可以是：“从你过去的工作经验来看，哪种顾客最难应付？为什么？”判断申请人是否主动收集信息，可以这样提问：“顾客最主要的抱怨或拒绝是什么？”评估申请人的人际关系风格的最后提问可以是：“你怎样处理顾客要求？”和“应付那种类型顾客的理想方式是什么？”

抽象提问可以用来解释一个人的适应意愿。一位有效的员工会注意到他(她)个人生活和工作中的细节。能对周围事件进行考虑并能解释它们意义的人一般会较快地学到更多东西。

由于天性和对面试的准备，一些申请人会比其他人能更广泛地谈论他们过去的经验。面试官仔细倾听和探查抽象提问答案的实质有助于降低被“吹牛者”欺骗的可能性。最

后，对过去事件反思的能力并不能保证对事物的敏感性和灵活性能转移到新的工作中。

2）情景小品

情景小品式的面试要求求职者回答有关特定情景的问题。例如，考虑如下情形：在给一个大型聚会提供了食物后的一天，一个顾客退回一些小蛋糕，声称蛋糕不新鲜。尽管此人要求退款，但他口气并不坚决且胆怯以致隔着柜台你几乎听不到他在说什么。你知道蛋糕并非是你公司制作的，因为蛋糕看起来不像是出自你们的厨师的手艺，你应该做些什么呢？

提供这样的一个情景可以揭示出有关求职者的本能、人际关系能力、常识及判断方面的信息。

为了得到更多求职者的适应能力方面的信息，关于情景的进一步问题会被问到：“你应该如何对待此顾客？如果他突然变得很恼火和固执，你应该采取何种步骤来补救这种情形？”

情景小品方式提供了一个机会来确定求职者是否能够“以他人的立场思考”。即使一个具有良好沟通能力的求职者也不能清楚地显示出服务顾客的真正愿望或理解他人的本性。另外，面试者须极其注意求职者反应的本质及其方式。

3）角色扮演

角色扮演是一种面试技术，要求求职者参与到一个模拟的情景中并且表现出这种服务环境是真实的。角色扮演通常在招聘的最终阶段使用，机构中的其他人需要合作，作为情景中的“演员”。角色扮演为面试者观察在有压力下的求职者提供了一种方法。面试者运用此技术可以随着进程来探求且改变情景。这种方法考虑到了比抽象的提问或情景小品面试更多的现实的反应。求职者对此时的情景使用自己的语言做出反应而不是描述情景。

尽管角色扮演提供了一个好机会来观察在现实顾客交往中求职者的优点或弱点，但是直接比较求职者依然很困难。角色扮演的确需要事先仔细策划及“演员”在面试前进行彩排。

2. 培训

大多数培训手册及员工手册是用来解释与顾客接触的员工在工作中需要使用的技术或技巧的。例如，手册上经常详细地表明如何填写客户报告、如何使用现金收款机、如何穿着得体及加强安全要求，但是顾客交流技巧均简单地概括为快乐及微笑。

不可避免的与顾客的沟通困难要求员工要接受培训及提高人际交往技能，以防止将不利的情形变得更糟。企业应开发出必要的项目来培训员工在特定情形下的反应。例如，对不合理的要求，服务人员可利用顾客公平的原则，指出其他顾客的需要可能受到损害。事先准备应答来演练预期的情景。例如，对于“我要携带所有行李登机”的反应，员工只需说：“对不起，国家安全规定，一名旅客只允许携带两件可置于座位下或头上行李舱的小件行李。我可以帮您托运大件行李吗？

另一种方法涉及一般沟通技巧的培训，帮助员工预测他们可能遇到的沟通类型，提高反应技能，并制定决策规则辅助员工选择特定情景下适当的反应。角色扮演可以提供理想的环境，获得必要的沟通经验。受过良好培训的员工能够以专业的方式控制服务情形，最终提高顾客满意度并减少服务提供者的压力和挫折感。

5.5 旅游交通服务管理趋势

当今社会，以信息技术为主导的高科技广泛地应用于人们工作与生活的各个领域，传统的工作方式发生了巨大的变革，工作与休闲的界限日益模糊，闲暇时间较之过去大为增多。据统计，18 世纪前，人们可用于休闲的时间只有 17%，19 世纪为 23%，而目前已达 41%。以我国为例，包括每周两天的休息日、法定的公共假日，如国庆节、“五一”、元旦、春节等，一年当中人们有 1/3 的时间是在休假。另外，社会生产力的发展以及由此带来的生活水平的逐步提高，使得高收入所带来的边际效用递减，工作与闲暇之间取舍的自由度加大。但是同时，旅游者不再仅仅满足于单纯的观光、度假，而是更多地将感官享受与文化创造、文化欣赏、文化审美相结合，追求精神文化的享受，让自身在身心彻底放松的同时获得愉悦的心理体验和精神满足。消费者这种消费趋势的变化必然带来旅游交通服务管理的变化，下面将对未来旅游交通服务管理的趋势作一探讨。

5.5.1 主流交通需求模式的变化

所谓的主流交通模式具体是指以通勤交通为代表的交通模式。大量旅游者给城市交通带来的压力远远超过市民出行带来的压力，旅游者的流动给城市带来的直接影响就是交通拥堵、停车难等问题。随着经济发展和社会进步，人们的闲暇时间日益增多，游憩需求迅猛增长。可以大胆预言：以通勤为主的交通需求模式将不可避免地受到以休闲出行为主的交通需求模式的巨大冲击。在这样的背景下，对旅游交通应给予更多的关注，把旅游交通的概念融入交通规划已势在必行。

到目前为止，由于人们必须继续生活在传统的城市内，必须继续遵循传统的生存方式，所以，通勤交通问题仍然是影响到旅游交通服务质量的关键问题。原有旅游公路等级很低，车况差，缺乏安全感，给旅游者造成严重的心理压抑，并且经常出现交通事故，给社会带来不良影响。原有旅游公路的修建与周围环境的协调性差，沿途服务设施、旅游附属设施短缺，使旅游者在旅途感到单调、烦闷。旅游专用公路比重小，使公路结构呈现两头小、中间大的菱形。比例的失调导致相应公路通达深度不够，许多旅游地区进不去、出不来，旅游公路严重滞后于经济的发展，同时也使旅游者不能充分享受到一些旅游景观所带来的视觉和心理上的享受。

所以旅游公路的建设和完善，一方面可以缩短旅游出行的时间和距离，提高景区吸引度和公路旅游运输服务水平，也使日常交通运输服务水平相应提高，缩短人员交往与商品流通的时空距离，为人与物的流动创造有利条件，促进商业、旅游等相关产业的发展；另一方面，由于旅游公路需要在道路沿线及其周围的区域进行绿化，美化环境，这项工作不同于园林建设，而是完全为道路交通服务，紧紧依附于道路构筑物的带状园林风景，有为道路交通服务的明确目的，要求绿化美化工程的布局设计、景物安排，在适应和利用自然条件的基础上起到警示、引导、供游人旅途休息的作用，以满足旅游道路安全、舒适、美化的目的。所以，旅游公路能在极大程度上满足人们在旅途中的休闲需求和精神享受。

此外，过去 5 年，中国中产阶级的可支配收入大幅增长，航空旅行的人数也因此规模

空前。预计在未来5年，随着中国经济的持续增长，省时又安全的航空旅游模式将得到很大的发展。

5.5.2 交通工具多元化

交通工具的规划设计是最重要的交通问题之一。然而，如果全体国民有1/3～1/2的时间是被用来休闲、用来追求精神享受，那就意味着以通勤为主要出行目的的交通将向以休闲为主要目的的交通转移，将不可避免地导致以出行时空分布为主要特征的人们出行特性的改变。最近几年在国内外出现了很多独具特色的旅游交通工具。

旅游列车特色开发：随着世界旅游事业的发展，国外铁路为了适应旅游者的需求，增设了不少富有特色的旅游列车。法国的音乐和戏剧列车运行在巴黎和马赛之间，列车上设有专供演出戏剧的小舞台和适于演奏音乐的装置，这种列车深受旅游者的欢迎。希姆湖是德国的一个风景秀丽的旅游胜地。在湖中心有一座绿树成荫、景色迷人的小岛，岛上有17世纪的皇宫建筑群，沿湖四周铺设了一条独特的小铁路，19世纪的蒸汽机车牵引着一长串古色古香的车厢，沿着风光旖旎的湖畔缓缓行驶，极富情调。

非都市化的交通工具：当人们坐够了汽车等现代交通工具，而在西欧看到那些仿皇家马车时，那嗒嗒的马蹄声会引起人们极大的兴趣。在西欧，为了更好地欣赏城市风景，休闲旅游的旅客往往选择乘坐马车。现代的仿皇家马车外观越来越美，高头大马，配上考究的车体，的确是城市的一道风景线。那些马车夫穿戴着古典服饰，给人以视觉上的享受。

自驾游逐渐成为年轻人的出行方式，旅游交通服务面临新的发展机遇：随着我国私家车的普及，很多年轻人热衷于拼车自驾游。在网络技术发达的今天，天南地北的年轻人在网络上成立各种“驴友会”，自行拼车出行。这种出行方式一般的目的地是近郊或是边远地区带有探险性质的旅游。最近几年频发安全问题，但是仍然难以遏制年轻人远足探险的热情。因此，一些旅游公司开展相关自驾游的信息服务、救援服务等。

5.5.3 信息技术被广泛地运用到服务管理中

第四节提到的服务预定系统以及服务需求的预测等都要依赖完善的信息通讯技术。对于旅游交通企业来说，前期投资很大，顾客具有丰富的价格信息和服务知识，供需矛盾突出，需求波动巨大，劳动力密集，成熟的员工离职率比较高等等都是旅游交通企业面临的挑战。要应付这些越来越突出的矛盾和问题，必须提高服务技能和营销技巧。一个有用的解决办法就是充分利用网络信息技术，实现以下功能。

(1) 利用顾客信息的数据库资源分析顾客的显性需求和潜在需求，找到最有利润的细分市场，针对目标顾客，设计标准化的服务产品，减少成本支出。比如经常出国游的顾客需要提供国外的旅游信息，以及各种证件服务，可以从数据库中识别出来，针对这类顾客提供信息和各种方便的证件办理渠道。再比如，自驾游的顾客，需要加入一些自驾游的协会，其目的是获得相互交流的机会和信息，或者是需要知道从未涉足过的地区的最佳路线和导游情况，旅游交通企业可以利用数据库方便的出售这些服务。

(2) 通过甄别目标市场，设计标准化的服务产品，减少多样化的服务需求带来的成本的提升。一般来说服务难以标准化，每个顾客的需求都是不同的，但是旅游交通企业可以

通过数据库识别出一类有着相似需求的顾客，然后针对这类顾客设计标准化的服务提供模式，以降低服务成本和人力资源的消耗，更好地提高服务品质。

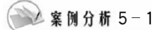
(3) 通过网络信息技术实现与目标顾客的积极互动，建立彼此依赖的相互关系，实现服务产品创新。通过与目标顾客的经常性的网络交互，了解他们的想法和新的需求，并能够根据他们以前的消费记录大体计算出新的服务产品的成功率。

(4) 调节服务需求。旅游交通企业面临的最大的困难是服务难以储存，高峰期不仅短暂而且难以招架，使得服务质量和顾客的口碑遭受损失。而旅游淡季，又要为服务设施和服务人员的支出付出代价。利用信息系统可以实现利用价格调节需求，利用顾客闲暇信息促进非高峰期的服务，此外，企业还可以为高峰期的服务开发互补性产品。国外的旅游服务企业如美国的西北航空公司有一套完善的售票系统，使他长期成为美国最受欢迎的航空公司之一(见本章最后的案例)。

(5) 持续地改进服务质量。完善的信息系统能够详细地记录一个服务的真个过程，良好的服务效果，或者是失败的服务都可能通过信息系统呈现出来，无论多么微小的服务技巧还是服务失误，在数据库中可以通过数据库的大量的服务信息显示出来，以便于服务企业发现问题，改进服务质量。

5.5.4 全球化的服务需求

随着世界经济的全球化发展，全球旅游需求市场也迅速形成。特别是随着中国经济的崛起，以及2008年奥运会和2010年上海世博会的成功举办，中国这个神秘的东方大国以其西方人不曾认识的强健、好客的形象呈现给了世界人民。中国旅游成了全球旅游的热点地区，近年来入境旅游的人数持续增长。据国家旅游局统计数据显示，2011年1～9月全国各地接待入境游的数量如下：广东(2 233.34万人次，增长10.2%)、浙江(560.70万人次，增长12.9%)、江苏(515.01万人次，增长13.4%)、上海(493.55万人次，下降9.7%)、北京(384.91万人次，增长5.0%)、辽宁(312.86万人次，增长18.2%)、山东(299.49万人次，增长15.0%)、云南(291.95万人次，增长21.3%)、福建(259.45万人次，增长16.0%)、广西(216.74万人次，增长19.5%)。面临着旅游需求全球化的趋势，旅游服务企业必须具有全球市场的战略和服务技术。这不仅需要管理层具有全球市场的意识和能力，还需要整个服务系统能够赶上发达国家的服务水平的学习能力，因此，我国的旅游交通企业面临着全球化的巨大压力。


案例分析5-1

Sequoia航空公司

Sequoia航空公司是一家实力较强的地区性航空公司，服务于美国加利福尼亚州、内华达州、亚利桑那州及犹他州市场。Sequoia要与其他规模大得多的航空公司在地区市场上竞争，因而，其管理层认识到价格、起降频率、准时能力、行李托运、航班成员的形象与表现是旅客选择航空服务时考虑的重要因素。

在这些方面，Sequoia都达到了其预期的目标。过去，保持航班服务小组成员的绩效在期望的水平上是很困难的。而且由于员工短缺，公司不得不要求航班服务员超时工作，结果造成额外的人力成本，以及员工中的一些士气问题。员工短缺的原因之一是，由于有经验的员工被其他公司挖走，造成高于产业平均水平的员工流动率。这并不能完全归因于士气问题，但在季节性需求高峰期短缺情况十分严重，这

使得该原因变得相对重要。通过对公司现有的人力资源部门进行访谈，Sequoia 发现与区域内竞争对手竞争(他们的培训计划亦没有很好的发展)要从公司以外雇佣大量的员工，提供稍高的直接薪水与极具诱惑的间接福利，并保证在淡季最低数量的飞行时间。

起初，Sequoia 的管理层做出了6个月的雇佣决策，并从下个月(7月份)开始对航班服务员的培训需求进行分析。对运营计划的调查发现，7月份需要14 000个服务工时，8月份需要16 000个，9月份需要13 000个，10月份需要12 000个，11月份需要18 000个，12月份需要14000个。Sequoia 在新员工从事正规的航班服务前，为他们准备了整整一个月的时间开展室内培训计划。初级航班服务人员还有额外的一个月作为试用期。有些员工也会周期性地从事一线航班服务转至负责监督新员工的培训。图5-6就显示了内部员工流动的关系与百分比。

当不存在员工短缺时，每一个初级员工正常情况下平均每月工作140h，工资收入为1 050美元。在培训过程中，每个新员工会得到750美元的报酬。有经验的员工平均每月收入1 400美元，工作125h，而每一个培训指导员每月收入1 500美元。

Sequoia 的人性化培训体现在每个指导员指导的员工不得多于5个，某月不需要的指导员(多余的)将被用作航班服务员。为了确保航班服务的高质量，Sequoia 要确保每个月初级航班服务元占所有员工(即初级加上有经验的服务员)的比重不超过25%。

5月 Sequoia 雇用了10名新员工，加入其培训计划之列。本月，又雇用了10名员工。六月初，Sequoia 已经拥有了120个有经验的员工与6个培训指导员。

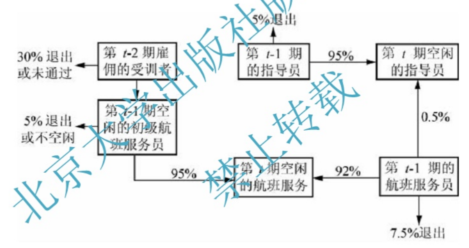


图5-6 Sequoia 航空公司员工流动

资料来源：菲茨·西蒙斯．服务管理运作、战略与信息技术［M］．5版．张金成等译．北京：机械工业出版社，2010.

【案例点评】

服务业是个劳动密集型行业，服务员工的个人素质和服务技能对顾客感知服务质量至关重要。旅游交通服务业又是个周期性比较明显的行业，服务员工的选拔、培训与安排不仅影响到服务企业的运营成本，同时也会影响到顾客感知的服务质量，进而直接关系到旅游企业的生存与发展。因此，企业要想确保服务质量，必须重视人力资源的管理。

本章小结

本章介绍了服务、服务特性和服务质量的概念，指出了我国旅游交通现在存在的问题和发展趋势以及发达国家在旅游交通发展方面的先进经验。旅游交通服务管理是一项技术





和艺术共存的工作，提高服务质量需要在服务管理上加大信息与技术的投入，同时也需要选拔和培训最适合接触顾客的员工。

复习思考题

一、问答题

1. 简述服务、服务经济和服务管理的概念。
2. 为什么旅游交通行业要强调对顾客接触人员的选拔和培训？
3. 思考我国旅游交通行业的发展阶段和面临的形势。
4. 掌握旅游交通服务管理的几种方法，谈谈对需求预测管理方法的使用。

二、名词解释

1. 服务
2. 服务业
3. 服务经济
4. 旅游交通服务质量



第 6 章　旅游交通市场营销

学习目标与要求

（1）了解旅游交通市场营销的概念和功能。

（2）了解市场细分和目标市场的概念。

（3）掌握目标市场的发展时期与营销战略类型的关系。

（4）熟悉企业各个时期的营销战略组合。

导入案例

海航的高科技营销

一、海航的市场环境

海南航空经营国内航空客货运输业务、周边国家和地区公务包机飞行业务、航空器维修和服务、航空旅游、航空食品等，先后建立了海口、三亚、北京、西安、太原、乌鲁木齐、广州、兰州、大连等 9 个航空营运基地。1995 年海南航空开始探讨发展以支线为主的“毛细血管战略”。形成了适用于中短程干线飞行，短程支线飞行，公务、商务包机飞行的航线布局。1995 年海南航空引进公务机，并在北京设立了公务客机飞行基地，首开中国公务包机飞行。1999 年，海南航空获准经营由海南省始发至东南亚及周边国家和地区的定期和不定期航空客货运输业务。海南航空拥有的国内支线客机群，开通了海口、三亚、湛江、北海、桂林、南宁、珠海等华南地区城市之间的短程航班。

二、高科技营销策略

面对当前的市场环境，海航通过技术升级，使旅客能在网上完成打印电子客票、订票、变更出行日期、退票等业务，不仅节省了旅客的时间，同时也节省了航空公司的成本。

针对散客、学生、教师等选择出行条件比较宽松的群体在全国推出“旅行管家”不定期机票，分为 2 折机票和 3 折机票两种，乘客的出行时间需交给海航提前安排，或旅客根据海航的座位情况来选择，一旦有座位，海航将通知旅客成行。购买“旅行管家”产品的旅客，需提前 7～15 天选定行程、支付票款，海航将根据座位情况，提前指定旅客乘坐的航班；其中选购三折不定期机票的旅客，还可以自行选择出行日期和航班；被指定的航班不能自行随意变更航段、时间及退票。为了降低旅客购票的风险，海航表示如因市场原因、旅客的选择原因未能得到安排，可在有效期内给乘客免费退款。

中国工商银行、海南航空与万事达卡国际组织联手发布国内首张符合国际标准的 MASTERCARD 品牌航空联名信用卡：牡丹海航信用卡。该卡片一卡双币、全球通用，不仅拥有普通牡丹国际信用卡的所有功能，还可享受海航常旅客计划的各种奖励与优质服务，参加 MASTERCARD 国际组织推出的各种境内外促销活动。

三、结论

海航通过技术环境的升级，进一步满足了旅客的需求，拓展了市场份额——开通国内近500条航线，辐射包括北京、上海、乌鲁木齐、西安、宁波、重庆、成都、海口等大中旅游城市。

（资料来源：百度文库，http：//wenku. baidu. com/view）

6.1 旅游交通市场营销概述

被称为现代管理之父的彼得·德鲁克说过：一个企业只有两种功能：营销和创新。只有靠营销和创新才有绩效，其他都是成本。在今天的旅游市场上，旅游交通服务商品实现交换价值的功能要更多地取决于买方(旅游交通消费者)而不是服务的生产者(旅游交通企业)。因此，旅游交通企业必须重视企业的营销职能。建立以顾客为导向的管理理念，才能保证企业在市场竞争中得以生存和发展。

6.1.1 旅游交通市场营销的概念

为了有效地实现组织目标，今天的公司已经接受了具有消费者导向、目标导向和系统导向的营销观念。消费者导向是指企业尽力识别最有可能购买他们产品的个人或企业(目标市场)，同时生产或提供在激烈的竞争中最能够有效地满足目标顾客需求的产品或服务。目标导向是指企业消费者导向的程度应能够保证实现企业的目标。系统导向则指的是实现真正的消费者导向，必须建立能够发现消费者需求并识别市场机会的系统。因为对于企业来说，表面上的消费者导向与事实上的消费者导向是两回事。

旅游交通市场营销，是指根据市场需求，结合企业优势，经过详细的市场调查，确定目标顾客群体，通过开发、设计并制定出最能满足目标顾客需要又能实现企业经营目标的一套营销组合，最大程度地满足特定目标市场需求的一系列社会经济活动，它是一项系统工程。旅游交通企业市场营销主要包括以下几个环节。

1. 市场调研与预测

市场调研在营销系统中扮演着两种重要角色。首先，它是市场情报反馈过程的一部分，向决策者提供关于当前营销组合有效性的信息和进行必要变革的线索。其次，它是探索新的市场机会的基本工具。市场调研具有3种功能：描述、诊断和预测。旅游交通市场中可能存在着若干个不同需求的子市场，市场营销人员就是需要依据一定的标准对这个大市场中的各个细分市场进行描述，然后诊断出适合自身企业发展的子市场，并预测这个有潜力的子市场未来的发展趋势和企业的赢利水平。然后，将调研结果向管理者沟通。

2. 外部沟通设计

企业的外部沟通设计又被称作传统营销或外部营销。根据目标市场的需求量和需求特点，提供适销对路的旅游交通产品；根据生产成本和市场供求关系，制定合理的市场价格；根据市场分布情况和客源特点，建立畅通、有效的市场销售渠道；针对目标市场，进行促销宣传，传递对外承诺，激发消费者消费欲望，促使潜在消费者转化为现实的消费者。



3. 内部服务设计

旅游交通属于典型的服务业，在服务业中，由于顾客要参与到服务过程中，所以，内部服务设计又被称为内部营销，它要比外部营销更为重要。因为顾客最相信的信息源就是口碑。在第5章中介绍了服务质量差距模型，内部服务设计的过程就是检验和实现前4个差距的过程。第一，管理层要真正了解顾客的潜在需求；第二，要把顾客的潜在需求变成服务标准的设计；第三，要把服务标准的设计转化成现实的服务，这就需要重视顾客接触人员的选拔和培训；第四，要建立与企业外部沟通保持一致的组织体系，实现企业对外承诺。

4. 顾客关系管理

20世纪70年代以来，传统营销的模式逐渐向关系营销转变。关系营销认为，一次性的交易并不是最重要的，最重要的是如何与顾客建立起长期互动的关系。顾客与企业的关系，顾客与企业的互动，正是营销精髓之所在。连续性购买行为的产生、交叉销售的机会、交换或交易行为的产生都源自这种关系和互动的有效管理。顾客关系管理(Customer Relation Management，CRM)需要建立一套CRM的应用软件系统，建立基于数据库、互联网、计算机联机数据分析处理、数据挖掘和分类算法等信息技术而形成的CRM应用程序。但是完全依赖这套程序的操作无法建立真正的顾客与企业彼此依赖的长期关系，还需要做好售后服务。如妥善处理交通服务过程中的遗留问题，搞好售后服务；迅速了解反馈信息，分析和判断市场需求的变化趋势以及企业经营中存在的问题；根据反馈信息，及时调整企业的外部沟通和内部服务设计。

6.1.2 旅游交通市场营销的功能

1. 开发性营销

通过开发性营销，旅游交通服务企业可以找到潜在的市场需求，并开发出足以满足这些潜在需求的旅游交通服务产品，从而使企业迅速占有新市场，在市场竞争中处于优势。随着旅游业的不断发展，旅游者对交通服务产品的需求量和需求品种日益增多，许多潜在的市场需求由于没有足够或适应需求的产品而得不到满足。及时了解潜在市场需求，根据需求开发旅游交通服务产品，是市场营销的主要功能之一。

2. 维持性营销

在市场需求与企业供给相对平衡时，旅游交通服务企业的设施和服务得到充分的利用，市场占有份额相对稳定。这时，要通过营销手段维持正常的运输生产。由于企业总是处于市场竞争之中，供需平衡随时都可能被打破，所以，企业必须加强成本控制，提高管理与服务水平，采取灵活的定价措施，在巩固市场占有份额的基础上增加经济效益，不失时机地进行扩大再生产，最终达到较长时期内维持供需平衡局面的营销目的。

3. 减低性营销

在市场需求过于旺盛、以致使企业的旅游交通设施和服务处于超负荷运作时，就需要通过减低性营销措施，缓解客源对企业服务能力的压力。减低性营销措施包括提高运价、

控制售票数量、减少促销宣传活动等。减低性营销一般只是暂时性和过渡性的，旅游交通运输企业在供不应求的情况下，为了获取长久经济效益最终还要通过增加运力来满足市场需求。

4. 调和性营销

旅游交通运输具有明显的季节性和区域性，在旅游交通淡季与旺季、冷线与热线之间存在着巨大的需求量差异，此外一些突然事件(如 2003 年的“非典”事件)也会给旅游交通的市场需求造成一定的影响。旅游交通服务需求的不规则波动，给企业经营带来许多困难。例如，在旅游交通淡季和冷线，交通企业的设施与服务得不到充分利用，往往会导致人力、物力、财力的闲置和浪费；而在旺季和热线，企业的设施与服务超负荷运作，致使设施过渡损耗和服务质量下降。这时，通过采取抑制旺季、热线需求和刺激淡季、冷线需求等调和性营销措施，可以使企业保持相对稳定的供求关系，开展正常的营运活动。

5. 恢复性营销

旅游交通产品具有一定的生命周期。当企业的产品进入衰退期时，旅游者对这种产品的需求就会减少，出现所谓的退却需求。面临退却需求时，旅游交通企业通常通过恢复性营销措施，如确定新的目标市场、提高运输服务质量、增加新的运输产品等延长或恢复产品的生命周期。

6. 刺激性营销

当一种旅游交通产品问世以后，其目标市场的潜在客源有可能对此产品不感兴趣或漠不关心，从而使该产品处于无需求状态。刺激性营销的任务就是通过建立畅通的销售渠道和采取有效的促销宣传活动，使潜在消费者及时了解产品的优点，激发消费者的消费欲望，并使消费者尽可能方便地购买与使用这一产品。如 2008 年奥运会开幕之前开通的，北京到天津的城际快车，是我国第一批自主研发制造的城际特快列车，“在北京和天津这两个交通比较拥堵的城市开通了两个城市之间的交通只需要 28 分钟的交通工具”，这一新闻加上广告效用，优良的服务设施，城际快车不用提前买票等服务措施，一下子带动了天津的旅游业。不仅大量到北京的游客“顺便”到天津看看，也使天津市民出现了“多城生活”的旅游热情，不仅北京游成了“家门口”的事，而且到东北、内蒙古都变得方便了。所以，城际快车一经开通便游人如织，甚至外地进京人员也会选择在天津下车，然后乘坐城际快车进北京。

7. 扭转性营销

有些旅游交通产品，由于市场上的部分或全部潜在客源对这种产品不甚了解或存有习惯性偏见，而持拒绝或回避态度，从而使这种产品出现负需求。此时，一般要采取扭转性营销措施，即通过促销宣传活动，提高人们对该产品的认识，消除人们的习惯性偏见，使负需求转换为正需求。

8. 反击性营销

某些旅游交通产品，由于安全系数低，缺乏应有的、基本的舒适性和游览性，污染严重等原因，只会给消费者和社会带来无益需求。这就要求企业采取反击性营销措施，或从



根本上改善无益需求产品的质量，使之变无益为有益，或完全摒弃无益需求产品，避免对旅游者和社会造成危害。比如，现在汽车排放物对大气的污染被大家所熟知，过去旅游景区内的交通工具多采用普通的汽车，很多旅游者置身在环境优美的自然景观中，看到汽车排放的尾气，感到不舒服。所以现在很多景区内的循环交通车都采用电瓶车，这一举动表明了景区管理层对景区的保护，也照顾了游客的感受，起到了反击性营销的效果。

6.2 旅游交通市场营销战略

6.2.1 旅游交通市场细分

1. 市场细分的概念

旅游交通市场由分散的游客组成，而每个游客有着各自的欲望和资源、不同的地理位置、不同的购买态度和不同的购买习惯，因此，每个购买者实际上都是一个单独的市场，因此，从理论上来说，旅游交通企业应该给每个游客设计一个单独的市场营销战略，如美国总统外出度假活动就是一个可以制定营销战略的单独的市场。可是绝大多数旅游交通企业面对的是数量众多的普通游客，他们的消费支出不足以支撑一个市场的可操作性，取而代之的是旅游企业试图找到需求相似的部分群体，提供能够满足或基本满足他们共同需要的服务产品，以极大地降低运营成本。随着旅游交通市场的不断扩大，市场需求的类型千变万化，任何旅游交通企业都不可能独自占有整个旅游交通市场，而只能占有或分享个别或部分子市场。

所谓市场细分，就是以消费需求的某些特征或变量为依据，区分具有不同需求的顾客群体。细分的结果是使同类产品市场上，同一细分市场的顾客需求具有更多的共同性，不同细分市场之间的需求具有更多的差异性，以使企业明确有多少数目的细分市场及各细分市场需求的主要特征。

2. 市场细分的基本模式

市场细分的方法和模式有很多种，其中之一就是识别顾客的不同偏好。例如，以某交通运输企业为例，选择了车型和出行距离两个属性询问顾客的偏好程度，根据顾客的回答，结果产生了3种不同的偏好模式。

(1) 同质偏好：如图6-1(a)所示，市场上所有的顾客有大致相同的偏好，且相对集中于中央位置，不存在细分市场。

(2) 分散偏好：如图6-1(b)所示，市场上的顾客对两种属性偏好散布在整个空间，偏好相差很大，进入该市场的第一品牌可能定位于中央位置，以最大限度地迎合数量最多的顾客。同时，定位于中央的品牌可将消费者的不满足感降到最低水平。进入该市场的第二个品牌可以定位于第一品牌附近，与其争夺市场份额。当然也可远离第一品牌，形成与第一品牌有鲜明对比特征的定位，吸引对第一品牌不满的客户群。如果该市场潜力很大，同时会出现几个竞争品牌，它们会定位于不同的空间，来体现与其他竞争品牌的差异性。

(3) 集群偏好：如图6-1(c)所示，市场上出现几个群组的偏好，客观上形成了不同

的细分市场。这时，进入市场的企业有3种选择：定位于中央，尽可能赢得左右顾客群体(无差异营销)；定位于最大的或某一子市场(集中营销)；可以发展数种品牌各自定位于不同的市场部位(差异营销)。

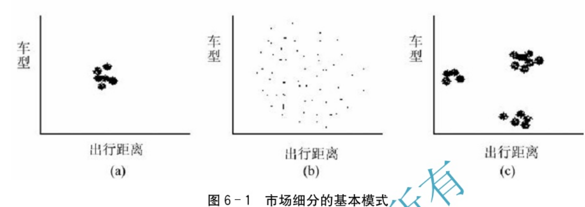


图6-1　市场细分的基本模式

(a) 同质偏好；(b) 分散偏好；(c) 集群偏好

3. 市场细分的依据

在旅游交通服务市场上，由于潜在旅游者的旅游动机、旅游消费水平、旅游交通消费习惯与要求、地理环境、年龄、职业、性别等的不同，其旅游交通需求也存在着明显的差异。根据需求的差异性，把旅游交通运输整体市场分解为相对独立的若干子市场。由于各个子市场的消费者数量适中、地理分布集中、需求特征相同或相近，从而使企业有可能根据自身的能力和优势，确定本企业商品生产和交换的目标市场。

市场细分必须以市场需求而不是以产品为依据。因此，市场细分的基本标准应该包括以下内容。

1) 旅游交通客源状况

(1) 客源地旅游者产出人数。

(2) 目的地旅游者接待人数。

(3) 旅游者使用各种交通方式的比例、人数等。

2) 旅游交通动机

(1) 快速性旅行。

(2) 游览性旅行。

(3) 享受性旅行。

(4) 猎奇性旅行。

(5) 经济性旅行等。

3) 旅游交通消费水平

(1) 人均旅游消费水平。

(2) 人均旅游交通消费水平。

(3) 旅游交通价格要求。

(4) 旅游交通服务规格和档次等。

4) 旅游交通消费习惯

(1) 旅游交通活动的季节性。
(2) 旅游交通活动的区域性。
(3) 旅游交通活动的组织方式(团体、散客、家庭等)等。
5) 地理环境
(1) 国际(近、中、远距离)。
(2) 国内(近、中、远距离)。
(3) 本地(含本省、本市、本县等)。
(4) 地貌(平原、山区、沙漠、内河沿岸、沿海等)。
(5) 气候(热带、亚热带、温带、寒带等)等。
6) 年龄
(1) 老年。
(2) 中年。
(3) 青年。
(4) 少年。
(5) 儿童。
7) 职业
(1) 工人。
(2) 农民。
(3) 商人。
(4) 公务员。
(5) 教师。
(6) 军人。
(7) 医生。
(8) 律师。
(9) 学生。
(10) 离、退休职工。
8) 性别
(1) 男。
(2) 女。
9) 婚姻
(1) 未婚。
(2) 已婚。
(3) 离异带子女。
(4) 离异单身。
10) 文化程度
(1) 研究生。
(2) 大学。
(3) 大专。



(4) 中专。

(5) 中学。

(6) 小学。

(7) 文盲。

在实际的市场细分过程中，并不一定同时使用以上所有的市场细分基本标准，也不仅仅局限于这些标准，企业一般要根据市场需求的特点与变化趋势，结合本企业的实际情况，决定具体的细分标准。

6.2.2 旅游交通目标市场的选择

旅游交通服务企业是通过服务产品的生产与消费来实现经营目标的，那么，企业商品生产与消费的市场在哪里，市场对所需商品的数量、规格、档次、价格、销售方式有什么具体要求，市场能为企业提供什么样的经济效益和发展前景，这一系列事关企业经营成败的问题，必须通过确定企业的目标市场和对目标市场进行科学的分析、研究和预测才能回答。

1. 细分市场的评价

选择目标市场的首要步骤是分析评价各个细分市场，即对各细分市场在市场规模与增长率、市场结构吸引力及企业目标与资源等方面的情况进行详细评估，在综合分析比较的基础上，选择出最优化的目标市场。

1) 细分市场规模与增长率

这项评估主要研究潜在细分市场是否具有适当的规模和增长率。当然，适当的规模是一个相对概念。大公司可能偏好销售量很大的细分市场，对小的细分市场不感兴趣。而小公司则由于竞争实力较弱，会有意避开较大规模的细分市场。细分市场的增长率也是一个重要因素。所有的企业都希望目标市场具有良好的上升趋势，但快速增长的市场，往往会有大量的竞争者进入，从而使企业利润变得稀薄。

2) 细分市场的结构吸引力

管理学家战略管理之父波特认为，决定一个市场或一个细分市场长期赢利潜力的 5 个因素是：行业竞争者、潜在进入者、替代品、购买者和供应者。

在一个细分市场中，如果许多势均力敌的竞争者同时步入或参与该细分市场，或者一个细分市场上已有很多颇具实力的竞争企业，那么，该细分市场的吸引力就会下降，尤其是当该细分市场已趋向饱和或萎缩时。潜在进入者既包括在其他细分市场中的同行企业，也包括那些目前不在该行业经营的企业。如果该细分市场的进入障碍较低，则该细分市场的吸引力也会下降。替代品的价格越有吸引力，该细分市场增加赢利预期的可能性就被限制得越紧，从而使该细分市场的吸引力下降。购买者和供应者对细分市场的影响力表现在他们的议价能力上。如果购买者的压价能力很强，或者供应者提价的能力较强，该细分市场的吸引力就会下降。

3) 企业目标和资源

企业在选择目标市场的时候，除了要考察以上两个条件之外，还要考察自身在该细分市场的目标和所具有的资源优势。如果某些具有吸引力的细分市场与企业的长远目标不一



致，企业也只能选择放弃。而对一些适合企业长远目标的细分市场，企业必须考虑是否具有在该细分市场获得持续经营所需要的各种营销技能和资源优势等条件。

企业目标市场选择的的过程，实际上就是为企业商品生产和消费确定市场位置的过程。企业的目标市场可以是一个，也可以是多个。多个目标市场可以是同等重要的，也可以是有主有次的；有的是近期目标市场，有的是中期目标市场，有的是远期目标市场；有时既有现实目标市场，又有潜在目标市场。但是，所有目标市场都必须具备以下部分或全部条件。

（1）目标市场必须是可测的。

目标市场的规模、特征和发展前景等相关变量必须是可以测量或预测的，否则将不能作为可开发的细分市场。

（2）目标市场必须具有可观的经济效益。

目标市场必须具有较高的消费水平和旅游交通支付能力，从而使企业通过顺利的商品交换实现可观的经济效益。

（3）目标市场必须具有理想的市场环境。

市场上的全部或部分需求尚未得到满足或充分满足，从而使企业在没有或竞争不太激烈的条件下可以顺利进入并占有、分享该市场。

（4）目标市场必须具有良好的发展前景。

具有稳定的政治、社会和经济环境，客源产出比较稳定，潜力较大，消费水平不断提高，能够满足企业长远发展的需要。

阅读材料 5－1

中青旅——包机直飞马尔代夫，浪漫幸福无中转

马尔代夫，散落于印度洋上的珍珠，全世界著名的旅游风景区，人称印度洋上人类最后的乐园。中青旅作为国内著名的旅行社，致力于成为国际化大型旅游运营商，此次推出直飞马尔代夫的旅游业务，正是为了满足国内许多人希望出国旅游的愿望，进一步扩大本品牌在国内的影响力。本次广告投放以品牌推广和产品活动为主。通过品牌推广来凸显中青旅高端、优质的品质，贴心、感动的品牌形象；以直飞马尔代夫专题活动来促进整体售卖，并且高效利用其来推广中青旅的旅游资源。此次投放的目标锁定在了爱好旅游、美食、休闲娱乐，个人月收入在 5 000 元以上，家庭事业稳定，社会的中坚力量，全心投入工作，懂得享乐生活，喜欢性价比消费的白领人士。

（资料来源：http：//www. meihua. info/CHAPTER/OA/casecenter/publisher）

2. 目标市场模式选择

企业通过细分市场的评估和预测，将决定进入哪些细分市场，即选择目标市场。在选择目标市场时有 5 种可供考虑的市场覆盖模式，如图 6－2 所示。

1）市场集中化

这是一种最简单的目标市场模式，即企业只选取一个细分市场进行集中营销。企业集

中全力只提供一种服务产品，供应单一的某一类顾客群。如靠近某些边远乡村游景点的旅游交通企业只提供到某一景点的大巴汽车往返旅游景点。选择市场集中化模式一般基于以下考虑：企业具备在该细分市场从事专业化经营或取胜的优势条件；限于资金能力，只能经营一个细分市场；该细分市场中没有竞争对手；准备以此为出发点，以求取得成功后向更多的细分市场发展。

2）产品专业化

该市场模式的特征是企业集中提供一种服务产品，并向各类顾客销售这种产品。北京南站只提供城际快车往返京津的旅客，这些旅客有游客、商人、学生等。

3）市场专业化

该市场模式的基本特征就是企业专门为满足某一个顾客群体的需要，经营这类顾客所需要的商品。如随着国内豪华游的升级，对于大腕明星和顶级富豪，有公司专门针对他们提供商务专机租赁和豪华房车服务。

4）选择专业化

该市场模式是企业选取若干个细分市场作为目标市场，其中每个细分市场都具有良好的赢利潜力和结构吸引力，且符合企业的目标和资源。该目标市场模式中各个细分市场之间较少或基本不存在联系。这种模式的优点是可以有效地分散经营风险，缺点是容易分散企业的竞争优势，不利于在市场上树立鲜明的服务品牌。

5）市场全面化

该模式的基本特征是产品能满足各种顾客群体的需要。只有实力雄厚的大型企业才有能力选用此种市场全面覆盖战略。比如作为中国旅行社唯一上市公司的中青旅提供自由行、豪华游轮出游、包机直飞马尔代夫等旅游出行服务，充分满足了市场上大多数游客的出游需求。

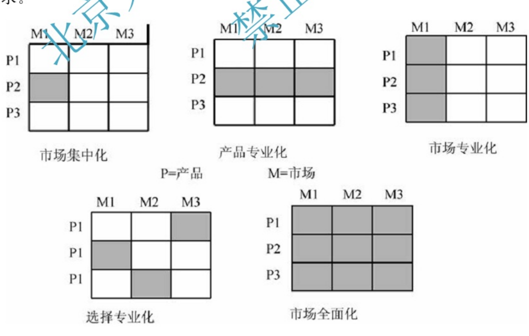


图 6－2　目标市场选择 5 种战略模式

6.2.3 旅游交通市场营销战略

市场营销战略是指企业为保证企业经营的全局和长远发展而制定的具有决定性的规划和安排。它包括企业经营的长远、分期目标、任务及其可供选择的营销战略类型。

市场营销战略目标是指企业在特定时期内所要达到的经营指标。市场营销战略任务，则是指企业为实现战略目标所要进行和完成的基本工作。

1. 市场营销战略目标

市场营销战略目标，一般用定量指标和定性指标两种方式表达。定量指标是指企业在特定经营活动期间最终将要达到的客运量、客运周转量、营业额、利润额和职工收入与福利等数量化指标。定性指标是企业最终达到什么样的产业规模和树立何种企业形象，比如使企业发展成为国际性大型旅游交通运输企业集团、全国大型旅游交通运输企业或本地中型旅游交通运输企业等。

2. 市场营销战略任务

为了实现既定的市场营销战略目标，企业就要规定企业在各个经营时期的任务。企业的战略任务同样包括定量和定性两种，从纵向上又可分为企业的总任务和各个生产部门的具体任务；从横向上可以分为管理任务、组织任务、销售任务、运输生产任务、运输服务任务、促销宣传任务、财务任务、监督检查任务等；从时间上可以分为近期、中期和远期任务。

基本的目标市场营销战略按照市场细分的程度和目标市场的选择数量，划分为针对整个市场的无差异性营销战略、同时针对多个目标市场的差异性营销战略，以及针对单一目标市场的集中性营销战略，如图 6-3 所示。

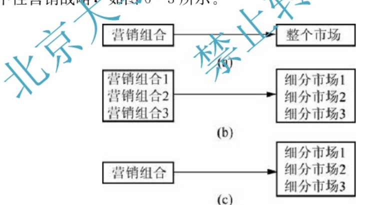


图 6-3 3 种可供选择的目标市场营销战略

(a) 无差异性营销战略；(b) 差异性营销战略；(c) 集中性营销战略

1) 无差异性市场营销战略

实行无差异性市场营销战略(Undifferentiated Marketing Strategy)的企业把整体市场作为一个大的目标市场，不进行市场细分，用一种旅游交通服务产品，统一的市场营销组合策略对待整体市场(图 6-3(a))。这种营销战略强调需求的共性，漠视市场存在的消费需求差异性，这种战略在供给较少，需求市场很大的情况下可以起到降低成本、减少促销费用等作用。例如，电影《乔家大院》和《大红灯笼高高挂》的热映，使国内外游客对山

西古城小院的热情高涨，因此，山西榆次市(现改名为晋中市)一下子成了旅游的新热点，而因拍《大红灯笼高高挂》而出名的乔家大院和拍了很多《乔家大院》镜头的赵家大院分别在榆次市市郊的两个方向。而这两个景点也缺乏持续开发的规划，因此，榆次市从火车站到这些景点只开通了作为通勤工具的公交车一样的旅游公交车。

这种无差异性营销战略因为忽视了顾客消费的高层次需求，所以，虽然成本很少，但是赢利能力也很差，如果坚持下去，很可能在赢利机会来临之前被其他旅游交通企业击垮。

2）差异性市场营销战略

采用差异性市场营销战略(Differentiated Marketing Strategy)的企业，通常把整体市场划分为若干个需求与愿望大致相同的细分市场(图 6-3(b))。然后，根据企业的资源及营销实力选择不同数目的细分市场作为目标，并为所选择的各自目标市场制定不同的市场营销组合策略。当一个企业采取差异性营销战略并在数个或更多细分市场上取得良好营销效益时，就能够树立起良好的市场形象，吸引更多的购买者和潜在购买者。

采取差异性市场营销战略的优点是，可以有针对性地满足具有不同特征的顾客群体的需求。根据一定的标准将同类顾客集中在一起提供服务，不仅会增加顾客的感知价值(顾客之间有良好的沟通语言和沟通内容)，而且可以为旅游交通企业创造溢价。而且随着服务时间的积累，企业通过顾客数据库对顾客进行忠诚营销提高顾客的转化成本，增加顾客的保留率。其缺点是风险和成本太高，要真正了解一个可以进入的市场需要很多真正的技术、经验和前期的投入，一旦企业的战略目标转变或是发现目标市场并没有真正预期的赢利能力，往往给企业造成很大的损失。

3）集中性营销战略

对于小型旅游交通企业来说，集中性市场营销战略(Concentrated Marketing Strategy)是企业更好的选择(图 6-3(c))。采用这种战略的企业不求得到一个较大的市场份额，而是要求在一个较小的市场上得到较大的市场份额，或者是在较大的市场上得到一个较小的市场份额。所以，有人把这种战略叫做“补缺型”营销战略。实施这种战略的企业一般资源非常薄弱，采用这种战略既可以避开市场的激烈竞争，又可以节省企业的营销费用和增加赢利能力。

6.3 旅游交通市场营销策略

旅游交通市场营销战略，不仅规定了有关企业生产经营方面全局、长远、具有决定性的目标和任务，而且还要尽可能详细地确定企业的营销策略。企业的旅游交通运输生产经营是一个长期而系统的经济活动，在此时期内受市场需求、市场竞争势态、企业优势等因素变化的影响，企业不可能也不应该沿用固定不变的营销方式。因此，企业必须根据各个发展时期市场供求关系、竞争状况和企业优势的不同特点和发展变化形势，采取相应的、灵活的市场营销策略，才能保证企业市场营销战略的顺利实现。现代旅游交通市场营销策略多种多样，归纳起来可以分为四大类。

6.3.1 旅游交通产品策略

旅游交通产品是指旅游交通企业在特定时间、沿特定线路为旅游者及其行李物品所提供的空间位移服务。与有形的工农业产品不同，它具有无形性和产品生产与消费的同步性。从市场营销的角度来看，企业能否满足市场需求，在很大程度上取决于该企业能否提供市场所需要的旅游交通运输产品。因此，制定和贯彻正确、有效的产品策略，通过提供适销对路的产品满足市场需求，就成为企业实现市场营销目标的关键。

1. 产品的生命周期与营销策略

任何一种旅游交通产品，都有其市场生命周期，也就是说它必然要经历一个由进入市场到退出市场的过程。产品的生命周期依据其销售额和利润额的变化，可分为介绍期、成长期、成熟期和衰退期 4 个阶段。旅游交通运输产品在生命周期的各个阶段有着不同的特点和规律性，这就要求企业采取与产品生命周期各阶段特征相适应的、灵活的营销策略，使产品在有限的生命周期内创造尽可能多的社会和经济效益。

1）介绍期

在介绍期内，旅游交通产品一般处于试营运阶段，从供给方面来看，具有运输能力小、生产成本高、服务质量不稳定、知名度低等特征；从需求方面来看，具有需求量小、客源不稳定、对产品不熟悉等特征；从市场经营方面来看，存在着客运量和周转量小、营业额少、利润微薄甚至亏损、市场竞争微弱等特征。

鉴于此，旅游交通企业必须采取有效的营销策略，迅速提高运输能力和服务质量，增加和稳定客源量，在扩大客运和周转量的同时增加销售和利润额，尽量缩短介绍期的时间，使产品早日进入成长期。这一阶段可供选择的营销策略主要有以下几种。

（1）高格调策略：它又称双高策略，是指通过较高的促销投入和较高的价格，使市场上的潜在客源及时了解和购买产品，从而使企业迅速占领市场，并在介绍期获取一定的营业利润。这种策略适合于经济实力雄厚的企业在客源潜力巨大的市场条件下使用。

（2）低格调策略：它又称双低策略，是指采取较低的促销投入和较低的定价措施，使市场上的潜在客源逐步了解和购买产品，并尽量降低产品的生产与经营成本，从而保证企业在介绍期内保持微利经营局面。这种策略适合于小型企业在潜在客源比较分散的市场条件下采用。

（3）全面渗透策略：它又称密集式渗透策略，是指通过较高的促销投入和较低的价格，使市场上的绝大多数潜在客源及时了解和购买产品，不惜亏本地迅速、全面占领市场，缩短介绍期的时间，以求尽早进入成长期。这种策略适合于大、中型企业在激烈竞争的市场条件下采用。

（4）局部渗透策略：它又称选择性渗透策略，是指通过较低的促销投入和较高的价格，使市场上迫切需要该产品又不太计较价格高低的部分潜在客源能够比较方便地购买、使用这种产品，从而占领局部市场。这种策略适合于中、小型企业在潜在客源较少、竞争微弱的市场条件下使用。

2）成长期

在成长期内，旅游交通产品一般处于扩大再生产的高峰阶段，从供给方面来看，具有

运输能力持续增强、生产成本不断下降、服务质量日益稳定、知名度迅速提高等特征；从需求方面来看，具有需求量急剧上升、客源继续扩大和稳定、客源市场对产品的认识和熟悉程度不断提高等特征；从市场经营方面来看，存在着客运量和周转量增长较快、营业额和利润额持续增长、市场竞争日益激烈等特征。

针对上述特征，旅游交通企业应及时转换营销策略，迅速提高运输能力和完善运输管理与服务，不断拓宽客源渠道，加大促销力度，调整产品价格，保持竞争优势，在扩大客运和周转量的同时增加销售和利润额。这一阶段可供选择的营销策略主要有以下几种。

(1) 强攻型策略：为了满足急剧增长的市场需求和增加企业的经济效益，企业集中人力、财力和物力，增加和改进旅游交通运输设施和服务，使产品质量不断完善、销售量不断增加、利润率不断提高，这就是所谓的强攻型营销策略。在介绍期已投入较大促销费用和已拥有充足客源的企业，往往采取这种策略。

(2) 攻心型策略：集中人力、财力和物力，重点营建网络化市场分销渠道，进行大规模市场促销活动，提高产品的市场知名度，确立名牌地位，并积极开拓新市场，使产品拥有相对稳定、供不应求的供需环境，从而达到刺激潜在消费者购买欲望，促成旅游交通购买与消费行为，加速旅游交通产品交换进程的营销目的。在介绍期重点进行产品开发并拥有高质量产品的企业或实行全面渗透策略的企业，多采用这种策略。

(3) 封锁型策略：通过降低价格或实行优惠折扣价格等措施，保持和增强产品的竞争力，扩大市场占有份额，防止其他企业介入市场，形成相对的垄断或买方市场局面，为企业产品生产与交换创造良好的市场条件。在介绍期实行高格调策略或局部渗透策略的企业，一般会转而采取这种市场营销策略。

3) 成熟期

在成熟期内，旅游交通产品处于收获的黄金季节。总的来看，供给量、需求量、销售额、利润额都达到最高峰，而生产成本降到最低点。但是，该阶段同类产品和替代产品大量出现，市场竞争达到白热化程度，名牌产品具有明显的竞争优势。成熟期期末，市场需求开始萎缩，产品开始老化，销售额和利润额呈逐渐下降趋势。

鉴于此，旅游交通企业应根据各自产品的特点和市场需求的变化，采取不同的营销策略，不失时机地提高客运量和客运周转量，实现最佳的经济效益。这一时期可供选择的营销策略主要有以下几种。

(1) 进攻型策略：生产和经营效益较好的企业，一般会借助产品质量优势或名牌优势，全面出击，继续扩大市场占有份额，并延长成熟期的时间，通过增加客运量和客运周转量，提高经营利润。

(2) 防守型策略：生产和经营效益一般、经济实力有限的企业，一般会采取价格、分销渠道、促销宣传等措施，维持已占有的市场份额。同时，通过成本控制降低成本，保持较高的经营利润。

(3) 撤退型策略：生产经营不利或处于市场竞争劣势的企业，应急流勇退，以避免进一步亏损。与此同时，把人力、财力和物力集中投入新产品的开发与研制，开辟新市场，以谋求在其他产品的生产和经营领域获得成功。

4）衰退期

在衰退期内，旅游交通产品一般处于更新换代阶段，具有产品供给量过剩，需求量减少，高额维修和折旧费用导致生产成本升高，客运量、周转量、营业额和利润额继续下降，市场竞争逐渐减弱等特征。

此时，旅游交通企业必须采取有效的营销策略，尽量延缓产品的生命周期，或以新产品替代老产品，或干脆退出市场。这一阶段可供选择的营销策略主要有以下几种。

（1）固守型策略：这一阶段许多企业在激烈的市场竞争中被淘汰，为幸存企业维持生产和经营提供了可能性和现实性。因此，生产规模大、产品质量好、市场占有率高的企业，一般采取固守型策略，维持正常生产和经营，延长产品的生命周期，以获取更多的经济效益。

（2）转移型策略：由于市场需求的萎缩，许多企业根据企业长远发展的需要，着手开发与研制新产品，以取代老产品，从而满足市场需求转移的需要。这包括对老产品进行改造，增加新的附加功能；放弃部分需求不足的老产品，集中人力、财力和物力，提高其他尚能适应市场需求的部分老产品的质量；更新老产品，提供新的替代产品等。

（3）放弃型策略：产品老化、经营效益不佳的企业，应实行关、停、并、转措施，放弃现有产品市场，另谋出路。在企业严重亏损、资不抵债的情况下。应按照国家有关规定实行破产保护。在企业亏损、难以继续经营的情况下，应及时停产，进行内部调整，重新制定企业产品营销目标，或与其他企业合并，谋求新的发展途径。在产品已经衰老、经济效益持续下降、但企业仍拥有一定经济实力的情况下，应实行转产，开辟新的产品生产经营领域。

2. 产品组合与营销策略

旅游交通需求的多样性，决定了企业旅游交通运输产品的多样性。多种产品及同一产品的不同规格有机结合，便构成了产品组合。产品组合的三大要素是产品线的广度、深度和相关度。产品线是指产品系列。产品线的广度，是指产品系列(或产品线)的种类。产品线的深度，是指同一产品系列内部规格的种类。产品线的相关度，是指各个产品系列之间的关联程度。

旅游交通运输企业，在具体的生产和经营活动中，可以根据市场需求和企业自身条件的变化，灵活运用以下产品组合策略。

1）单线策略

它是指以目标市场的部分客源为服务对象，集中力量生产和经营单一产品系列，以便提供规格齐全、质量上乘的产品，并通过较高的价格获取利润。其优点是投资少，营销目标明确，有利于提高产品质量和旅游交通运输生产的舒适性、游览性、专业化程度等。其缺点是市场占有份额小，容易受市场危机的冲击，对市场需求的季节性和区域性变化适应能力较差等。

2）多线密集策略

它是指以目标市场的全部客源为服务对象，生产和经营多种产品系列，以便满足各个客源层的多种需求，通过提高客运量和客运周转量来增加赢利。其优点是市场占有份额大、对季节性和区域性需求变化适应能力较强、销售额和利润额一般较高等。其缺点是投

资较多、经营管理难度大、营销目标比较模糊、进入衰退期后负担沉重等。

3）多线分散策略

它是指以多个目标市场的客源为服务对象，生产和经营多种产品系列，但各个产品系列之间关系松弛，以便企业把经营风险分解到不同的市场，保持比较稳定的经济收入。其优点是，企业的生产和经营不会受到单一市场不利因素的致命影响或冲击，使企业具有较强的应变能力和生存能力，尤其是在某一产品系列进入衰退期时可以顺利实现转产。其缺点是投入多、成本高、经营目标分散、专业化程度低等。

6.3.2 旅游交通价格策略

价格是旅游交通商品交换的中介物，具有调节产品供求关系的重要功能。与经济学不同，市场营销学不是研究价格产生及其发展变化的普遍规律，而是着重研究价格的具体应用技巧及其对企业市场营销活动的特有功能。

旅游交通运输企业为了实现其市场营销战略目标和任务，必须根据市场需求、供给、竞争等因素的特点和变化情况，采取相应的价格策略。比如，在市场需求不足的情况下，可以通过各种优惠价格刺激需求量的增加；在供不应求的情况下，可以适当提高产品价格，以获取更多的利润；在市场竞争激烈的情况下，可以采取低价策略，增强产品的竞争力等。

1. 低价策略

它是指企业为了实现战略目标和完成某种战略任务，而制定和实施较低的产品价格。低价策略的主要功能有以下几种。

（1）使新产品迅速进入和占领市场。

（2）刺激需求量的增加。

（3）增强产品的竞争力。

（4）延缓产品的生命周期等。

2. 高价策略

它是指企业为了实现战略目标和完成某种战略任务，而制定和实施较高的产品价格。高价策略的主要功能有以下几种。

（1）增加产品经营的利润。

（2）提高产品质量，确立名牌地位。

（3）为扩大再生产积累资金。

（4）适当限制过度需求量等。

3. 差价策略

它是指企业为了实现战略目标和调节供需关系，而制定和实施具有差异性的产品价格，如季节浮动价、地区差价、热线票价、冷线票价和团体票价等。差价策略的主要功能有以下几种。

（1）调节季节性供求关系不平衡状况。

（2）调节区域性供求关系不平衡状况。



（3）刺激部分过剩产品的市场需求量。

（4）限制部分短缺产品的市场需求量。

（5）巩固重要客源等。

4. 消费心理价格策略

它是指企业为了实现战略目标和激发潜在客源的消费欲望，而制定和实施的具有满足消费者心理需要功能的产品价格。

1）尾数价格

一般旅游者认为，带有尾数的价格是经过精心核算而制定的公道价格，比如4.2元要比4元给人的印象显得更精确、更公道。相当多的旅游者还把整数看做是重要的价格级别的标志，而往往忽略尾数与整数的差距究竟有多大，比如把5元、5.5元和5.99元看做是一个价格级别，而把6元、6.5元和6.99元看做是更高的价格级别，此时5.99元要比6元更具有诱惑力。

2）整数价格

社会地位较高的旅游者和高消费旅游者，十分注重旅游交通产品的档次和规格，因而往往具有“一分价钱一分货，十分价钱买不错”的消费心理，认为整数价格和较高价格是高档次、高规格产品的重要标志之一，才能与其社会地位相符合，并满足其精神和物质享受的需要。

3）分级价格

由于旅游者在支付能力、旅行动机、职业、年龄、性别等方面存在着较大差别，因而其消费心理呈现出多样化特征。根据这一特征，旅游交通运输企业中采取分级定价的策略，使旅游者在价格方面拥有更大的选择余地，在心理上得到充分满足，最终达到加速商品交换的目的。

4）“吉利数”价格

不同国家、不同民族、不同宗教信仰的旅游者，对包括价格在内的数字有着吉利或不吉利的心理感觉，这也是许多旅游者决定购买行为的重要因素之一。在我国，带有6、8、9等与“禄”“发”“久”谐音的吉利数字的交通价格，易于为旅游者所接受；而带有4、7等与“死”“气”谐音的不吉利数字的价格，一般会使旅游者望而生畏。对于部分西方旅游者和基督教徒旅游者，带有数字13的价格往往是不可取的，而带有数字3和7的价格往往是受欢迎的。

6.3.3 旅游交通分销渠道策略

分销渠道是指产品从生产领域向消费领域转移时所经过的途径。旅游交通分销渠道策略，就是通过一定的方法和手段，选择和建立合理的分销渠道，把旅游交通运输产品有效地转移到消费领域。旅游交通产品的生产与消费同步性，决定了旅游交通分销渠道比较短，也就是说它的分销渠道的中间环节比较少。而旅游交通产品的不可储存性，又决定了它的分销渠道比较宽，即它必须同时选择多个分销代理，以便使产品能够及时转移到消费者手中，以避免造成运力浪费。制定合理的分销渠道策略，对于企业顺利实现产品交换和市场营销战略目标具有重要作用。



1. **直接与间接分销策略**

直接分销渠道策略是指企业直接把产品转移到消费领域，其主要优点是，产品交换便利，销售成本低，市场信息反馈快。其不足之处是，企业人力、财力和物力分散，市场覆盖面窄，专业化程度较低。由于旅游交通运输生产与消费同时进行，所以几乎所有旅游交通运输企业都不同程度地采用直接分销渠道策略，拥有自己独立的售票机构。

间接分销渠道策略是指企业通过中间商把产品间接地转移到消费领域。其主要优点是，企业可以集中人力、财力和物力进行运输生产；由于中间商的出现，使企业拥有更大的市场占有份额；旅游交通票务代理机构，专门从事订票、售票业务，具有较高的专业化水平。现代旅游交通运输业分工越来越细，专业化水平越来越高，所以越来越多的运输企业开始采用间接分销渠道策略。

2. **短渠道与长渠道分销策略**

分销渠道的长度是指渠道的纵向关系。企业通过一道中间商把产品转移到消费领域，称为短渠道策略。企业通过两道或两道以上中间商把产品转移到消费领域，则是长渠道策略。由于旅游交通产品不能储藏，而且运输企业本身一般具有较强的直接分销能力，所以，企业大多采取短渠道分销策略。但是，大型旅游交通运输企业或直接分销能力不强的企业，为了分解经营风险，提高客位利用率，往往也通过多道中间商销售客票。

3. 窄渠道与宽渠道分销策略

分销渠道的宽度是指渠道的横向关系。在一道中间环节使用少量中间商进行客票销售，称为窄渠道策略。而在同一中间环节使用大量中间商进行客票销售，则称为宽渠道策略。采用窄渠道策略，有利于进行座位控制，保证销售质量，提高产品的信誉。运用宽渠道策略，便于进行市场渗透，扩大销售量。渠道的宽度并无一定的标准，旅游交通运输企业一般在产品介绍期和成长期采用宽渠道策略，而在成熟期和衰退期则采用相对的窄渠道策略。

6.3.4 旅游交通促销策略

促销就是企业以激发旅游交通需求者购买欲望、影响其消费行为，增加产品销售量为目的而进行的一系列信息沟通和说服工作。旅游变通产品具有较强的替代性和无形性，所以，借助有效的促销手段，使旅游者了解并做出购买产品的决策，对旅游交通运输企业提高客座利用率有着十分重要的意义。

1. **广告宣传策略**

广告宣传是指通过电视、广播、报刊、杂志等广告媒体，把有关旅游交通产品的信息传送给旅游者。其中电视和广播广告具有传播面广、信息传递快等优点，但也存在着传播周期短、信息容量少等缺陷；报刊、杂志广告信息容量大、专业性较强，但覆盖面相对较窄、信息传递较慢。此外，广告牌、招贴画、标语、霓虹灯等也是广告宣传的媒体。广告宣传主要用于新产品的介绍和树立企业的整体形象。



2. 人员推销策略

人员促销是指企业派出推销人员，直接向旅游者介绍和推荐本企业的变通产品。在旅游交通行业中，人员促销主要是对旅行社、饭店、机关团体等旅游活动的组织者进行针对性较强的促销。

3. 营业推广策略

营业推广是指企业通过优惠的经营活动，使旅游交通消费者亲自体验和使用企业的产品，以便加深对产品性能和质量的了解，或给予代理商一定的价格优惠，从而促使代理商进一步扩大代理销售量。比如，新线路试营运期间为旅游者提供折扣价格，旅游交通运输淡季实行较低的浮动价格，都能够吸引旅游者，并使消费者了解企业交通产品的性能和服务质量，从而起到促销产品的作用。

4. 公共关系促销策略

公共关系是一种间接的促销策略。其主要功能是设计和树立企业的整体形象，维持和协调企业与社会的良好关系，从而为企业的长远发展及产品销售量的稳步提高创造必要的条件。公共关系的内容一般包括参与社会公益活动、向社会介绍企业的经营宗旨和发展计划、与有关企业、社会团体、行政管理部门建立良好关系等。

旅游交通企业的 4 种基本促销策略是相互关联、互为补充的，在实际操作中往往综合运用几种策略，形成促销组合。一般来讲，公共关系策略应贯穿于企业整个经营活动过程之中，在不同的经营阶段又要针对市场供求关系的变化和企业自身的特点，选用一种或几种促销策略，以取得最佳的促销效果。

6.4 国内外旅游交通营销成功案例分析

当前人们处在一个营销活动高度泛滥的时代，“酒香也怕巷子深”成了人们的共识，因此，任何商业活动都需要营销。成功的营销活动可以使企业的发展战略如虎添翼，不成功的营销战略也比比皆是，往往会使企业一夜之间面临倒闭的危险。电子化的信息技术及全球化的经济形势扩大了营销成功的辉煌，也加剧了营销失败的风险。因此对于任何营销策划，企业的选择都是慎之又慎。下面摘录了两个国内外旅游交通营销成功的案例，并给予总结和分析。其中一个是国内上海联纵智达管理咨询有限公司为上海磁悬浮列车的商业化运营所作的营销策划，另一个是美国的奥兰多迪士尼交通组织战略。

6.4.1 国内案例



营销“磁悬浮”

有人说，磁悬浮是一个创举。中国人做了世界上所有国家都没有做过的尝试。

有人说，磁悬浮是一个标志。标志着中国在世界尖端科技应用领域的大胆实践。

2002 年 12 月 31 日，当朱镕基和施罗德按下上海磁悬浮列车启动的按钮之时，上海磁悬浮颠覆世界



陆路交通工具单纯依靠轮子的新篇章，也由此开始。

每小时430km的陆地极速，在诠释科技神奇的同时，也注定了上海磁悬浮的耀眼而夺目。耀眼而夺目更源于世界的普遍关注。作为世界的唯一，从磁悬浮正式运营到现在，已经接待了包括各国的政要、经济学者、专家、国外游客等不下数十万人次来观光、考察、体验。

磁悬浮在中国的商业化探索，不仅对中国的陆路交通发展具有导向作用，对世界磁浮的发展都具有里程碑式的价值。

上海磁悬浮的标准称谓是"上海磁悬浮列车示范运营线"。线路从浦东机场到上海龙阳路，全长30km。

如果真正作为新一代陆路交通工具，30km显然是不够的。磁悬浮示范线的真正意义在于累积"示范"经验与效应：一是示范磁悬浮技术能否经得住长距离、商业化、大客流、高密度运营的考验；二是示范磁悬浮的商业化运营模式和价值。无论是技术的成熟度与安全性，还是新商业运营模式打造，上海磁悬浮每天都在改写历史。

1. 战略定位：磁悬浮是什么？

磁悬浮是什么似乎毋庸置疑。

从世界范围来看，高速客运交通的发展有两个选择：一是已经较为成熟并得到多个国家实际应用的"高速铁路"技术，一是近年来在技术上得到突破和快速发展，尚未在应用上高度成熟但又有诸多独特优势的"磁悬浮"技术。

从本质来讲，磁悬浮显然是新型的交通工具。

但从营销的视角来看，由于示范线仅有30km的里程，决定了它作为交通工具，解决的只能是部分往返浦东机场的人群和从龙阳路站到浦东机场阶段路段的交通问题。所以它在现阶段是不完整的交通产品。而上海磁悬浮的局限并不止于此。

磁悬浮产品问世以来，目前仍处于市场运作初期，目标消费者对交通工具选择的关注点主要是方便，而磁浮列车由于自身存在换乘不便、配套服务不足、行李托运困难等缺陷，对目标消费者的便利性吸引力较弱。而上海浦东机场以出租车与自备车为主体的交通工具满足了机场主要消费人群快捷方便的关键需求，而以巴士为主体的交通工具20元低廉的票价又满足了机场次要消费群经济实惠的关键需求。

更大的局限在于人们到浦东机场(或从浦东机场到市区)乘坐磁悬浮的交通习惯还没有养成。



图6-4　磁悬浮满足的需求

从对消费人群的分析来看，结合磁悬浮本身的旅游产品的特征，磁悬浮面对的消费人群不是商务旅游人群或者休闲旅游人群当中的一个，而是包括了两者。

"磁悬浮"项目能够满足旅游消费者多样需求(图6-4)的特征，使项目面对的消费群较为宽泛。

旅游产品的深层次内涵和上海都市的主流气质吻合，对上海现代化、国际化甚至城市建设具有巨大的象征意义，从而某种程度上可作为上海的代表性标志之一。因此，如何对上海磁悬浮进行准确的战略定位，从而有效开发其潜在的商业价值，就成为示范线商业化运营的关键所在。

由此可见，上海磁悬浮的营销注定是在受限条件下突破局限的"超限战"。

我们再来分析一下上海磁悬浮给消费者带来的核心价值：由于其世界第一性、唯一性、高科技和试验性的特质，它本身又吸引了大量的观光、旅游、考察等非交通客流，据统计，在磁悬浮初期间断试运行的半年间，上述客流曾占据总客流的80%以上。因此，在相当长的一段时间内，它又具有旅游产品的




鲜明特征。

通过上述的分析，上海磁悬浮是什么已经浮出水面：它是全世界首条集交通、观光和旅游于一体的磁悬浮列车商业运营线。

主导战略手段：让其迅速成为上海旅游景点中的明星产品和上海继东方明珠之后的新城市名片。

我们把2005年上海磁悬浮的战略定位于：交通＋旅游，强化磁悬浮的本体价值——交通功能，交通为主，旅游为辅。

业务收入的主要来源：60％以上的交通客流。

主导战略手段：配合市政府的规划下，逐渐完善交通产品。通过大力度的市场培育、交通习惯的引导和综合价值组合手段运用，进一步突显交通的核心价值。

2. 品牌塑造：占位“世界第一”

上海磁悬浮的品牌价值核心在于它的独占性和唯一性。如何挖掘并成为卖点并与消费者进行有效沟通？经过大量的“头脑风暴”比较和选择，我们把“在上海坐世界第一”作为2004年品牌传播主诉求语，用来引导和强化消费者作为高科技尝试体验产品的价值。

同时，我们把“从机场到市区，仅需7分20秒”、“最高时速430公里”和“凭机票40元”、“零高度飞行”等作为基本价值进行补充引导，彰显磁悬浮列车独特的品牌魅力。

经过有效传播与推广，此诉求在2004年获得空前成功。从2004年6月开始，体验客流增长迅速，到年底日体验客流达到6 000人次左右。重要节假日的体验、观光人数更是突破万人。

根据战略规划，也随着交通产品的日渐完善与成熟，2005年，上海磁悬浮的品牌形象从“体验导向”顺势延展到“交通导向”。

我们在原有品牌诉求的基础上，强化磁悬浮作为交通产品的核心价值并确定新的品牌主张：“效率之选，就在上海磁浮”。把“坐磁浮，到浦东机场，又快又省!”作为补充诉求，通过对比与直接利益点的传播突出磁浮作为交通功能的核心优势。给消费者的三大利益点为：省时——从龙阳路到浦东机场仅需7分20秒，比出租车快4倍；省钱——持当日机票，仅需40元，价格是出租车的1/2；安全——航空器的封闭环境，洁净、安全、舒适。

通过2004年、2005年成功的品牌塑造，上海磁悬浮不仅成为了上海的新名片，也进一步突显了交通价值与功能。到2005年末，交通与旅游人流的占比已经发生巨大的改变，交通客流跃升为主流。

3. 产品与价格规划：超越单一票种的局限

上海磁悬浮作为特殊交通产品，虽然本身具有“独一无二”的价值属性，但我们在进行产品与价格规划的时候，还充分考虑了与其他交通、旅游产品的对比性及接受度。

在试验示范初期，磁悬浮的票价比较单一而且显得昂贵，单程票价75元，往返票价150元。大量乘坐过磁悬浮的人反映价格偏高。

经过大量的市场调研和消费群分析，从2004年4月开始，把单程票价调整为50元，往返票价调整为80元，并针对航空出港旅客实施持机票单程票价40元的全年优惠活动。针对不同目标消费群体，采取了不同的产品与价格组合策略。

4. 传播与公关：借势营销的典范

1）巧借对比，树独特形象

在上海磁悬浮商业化运营初期，伴随着“在上海坐世界第一”的定位，我们和营销咨询公司一道巧妙地设计了一组系列对比广告(图6－5)，传递了磁悬浮鲜明的品牌形象。

2）巧借F1，刷新速度体验

2004年10月，F1赛车首度落户上海。如何借势F1赛车的热潮传播磁悬浮独有的速度优势？首先，我们与营销咨询公司共同创意“看F1赛事350，坐上海磁浮430”的系列广告(图6－6)，在当年9月就开始大密度传播与推广。

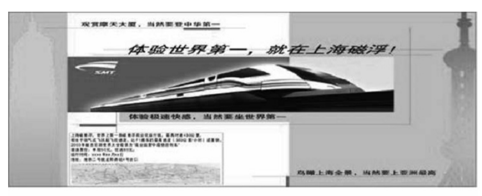




图 6－5　上海磁悬浮的宣传广告



图 6－6　2004 年 F1 上海站期间的磁悬浮广告

其次，借助小舒马赫到磁悬浮体验(图 6－7)，进一步升温 F1 与磁悬浮的对比。

2005 年 F1 赛事前夕，上海磁悬浮与英美车队联合举办了发布会，把 F1 与磁悬浮共同推向了高潮。

3) 借势公众资源，不断引发媒体关注

从上海磁悬浮试运营到现在，有多个国家的政要到磁悬浮体验、访问；也有各类演义明星、体育明星到访过磁悬浮，他们的磁悬浮之旅使媒体一次次把镜头无偿对准了磁悬浮。

在世界上，还没有哪一个商业载体有磁悬浮这样具有迷人的、经久不衰的吸引力。

图 6－8 为 2005 年 3 月连战夫妇坐磁悬浮到浦东机场返台。





图 6-7 F1 车手小舒马赫体验上海磁悬浮

4）携手国际品牌，共同演绎精彩

磁浮的独特魅力不仅对社会公众而言，对国际知名品牌也具有深度的时尚诱惑。2005 年 8 月 19 日，CHANEL2005 年秋冬时装发布会在磁悬浮举行。在把 CHANEL 品牌推向中国时尚前沿的同时，也把磁悬浮品牌贴上了时尚的标签。

5）公益活动，彰显社会责任与价值

从 2004 年开始，上海磁悬浮举办了 10 多次公益性活动，赢得了巨大的社会声誉。例如，2005 年大年初一邀请 300 名孤残儿童免费乘坐磁悬浮列车(图 6-9)；仅初一至初三，“爱心回程票”慈善活动就募集了近 3 万元的慈善捐款。



图 6-8 连战夫妇坐磁悬浮



图 6-9 孤残儿童受邀体验磁悬浮

2005 年 5 月 20 日与浦东科协、残联合作，在科技节期间，组织残疾人免费参观乘坐磁悬浮列车，彰显了对弱势群体的关爱。

6）优化传播资源，突出传播效率

精确传播资源，有效锁定航空杂志、上海地铁 1、2 号线沿线等传播资源，以 2005 年度为例在全年广告投放仅为 215 万的情况下，创造上海磁浮全面树立起新型交通品牌形象，小投入、大产出的传播奇迹。

实际效果是连续 4 年，上海磁悬浮列车的运营额年均增长 30%。

（案例来源：上海联纵智达管理咨询有限公司网站——客户案例）



【案例点评】

上海作为我国的一个商务、旅游的重要城市，磁悬浮列车的开通具有重要意义，它的路程不远，对于改善上海拥挤的交通作用不是太大，还存在着票价高昂等条件的限制，如果没有合理的营销定位和消费导向，要想取得理想的效果是很难的。上海联纵智达管理咨询有限公司有效地将交通导向引导到旅游体验导向，不仅改善了上海的交通，也带动了上海的旅游。在具体营销措施上注意了以下几个方面。

(1) 首先是注重市场调查，及时调整票价问题。

(2) 利用消费者的模仿和从众心理，邀请政要名人乘坐，提高了消费者消费该旅游交通产品的价值期望。

(3) 旅游交通服务是一项消费者必须全程参与的高接触服务，因此，营销理念必须与消费者所追求的主流价值观和理念一致。无论是姚明还是杨利伟都是消费者心目中积极健康的英雄人物。同时，注重公益营销，表明该服务理念与消费者的内心情感诉求更加契合，使消费者感到温暖和亲切。

(4) 有人说现在社会已经开始由服务经济向体验经济过度。在体验经济时代，消费者的消费需求已不再停留在获得产品的层面上，而是拓展到在购买和消费过程的晋升享受，即特定的体验。本案例中营销人员突出强调了这个崭新的服务产品的“世界第一”、“极速”、“高科技”等极具体验价值的概念，使得该产品的顾客感知价值得到很大的提升。

6.4.2 国外案例

案例分析 6-2

主题公园区域交通组织研究
——以奥兰多迪斯尼世界为例

主题公园(Theme Park)也称作乐园(Amusement Park)，是在旅游资源的开发过程中孕育产生的新的旅游吸引物，是依据一个或多个特定的主题，采用现代化的科学技术和多层次空间活动组织，集诸多娱乐设施、娱乐景点、休闲要素等于一体的现代旅游目的地。主题公园能够在短时间内聚集大量的人流，使主题公园区的交通量骤增。

迪斯尼世界超过 5 000 万的游客流量，并未给园区及周边地区造成交通拥堵问题，这得益于交通网络一体化和交通方式一体化建设。

1. 交通网络一体化

佛罗里达州交通部(FDOT)除了开发州交通规划模型外，还将全州 67 个县划分为 10 个地区进行更为细致的交通规划建模。为了使各区所建的模型能够一体化使用，州交通部制定了统一的交通模型建模标准 FSU TMS (Florida Standard Urban Transportation Model Structure)，并统一使用 Cube—Voyager 软件进行开发，使得各区模型能够有效地结合在一起运行分析。它是基于交通规划四阶段理论，综合交通规划技术，运用最先进的 GIS 技术开发的。它主要由出行生成、公路网络、出行分布、交通方式选择和路径分配组成，同时提供给用户强大的图形显示和编辑功能。

迪斯尼区域在如此的用地状况下，产生了巨大的交通流，其交通生成总量达到了 297 801，交通吸引量为 413 449，其中迪斯尼四大主题公园区域交通生成量为 132 147，交通吸引量为 174 181。

尽管迪斯尼旅游区内产生巨大的交通流，但迪斯尼区域内的交通状况并没有产生严重的拥堵现象。从道路的车流量来看，迪斯尼内部道路的车流量已经达到了一般国道的车流量，日均车流量在 75 557 辆以上。迪斯尼区域的道路容量基本上适应了交通流量的需求，只有从 I-4 公路出口到未来世界的一小段路程的 V/C (实际车流量/ 道路设计容量) 比率超过了 1. 2 。




2. 交通方式一体化分析

WDW(Walt Disney World)园区内部道路基础设施完善，各种交通方式配备完整，具有良好的游客运输能力。园区内配备有高效的公共交通方式，无论游客在园区的什么位置，都可以在短时间内乘坐到前往其他区域的车船。

(1) 旅游巴士。旅游巴士是目前WDW区域内最常见的交通形式，区域内大约有300多辆豪华大巴。巴士服务提供迪斯尼区域内任意酒店到旅游景点及各景点之间的交通服务。与一般的公共交通系统不同，迪斯尼的旅游巴士系统并未采用轴辐式运输系统，而是尽量避免产生换乘，提供一站式的交通服务，并使游客的等待时间少于20分钟。另外，除非酒店与酒店在同一条线路上，旅游巴士一般不提供酒店到酒店的交通服务，但在每一个主题园区都有开往每一处酒店的巴士服务。旅游巴士在迪斯尼开园前一小时左右开始运行，到晚上闭园一小时左右停止。

(2) 游船。WDW区域内另外一个重要的交通方式是水路交通。从迪斯尼的水上酒店可以方便地乘船到魔幻王国、未来世界、迪斯尼—好莱坞影城和市区迪斯尼等地。游船能到达的酒店包括：奥尔良港法兰西店、奥尔良港河滨店、沙滩俱乐部酒店、木径旅馆、现代大酒店、佛罗里达大酒店、波利尼西亚酒店、荒野酒店、游艇俱乐部酒店等。游船还可以提供酒店到单轨铁路的交通服务。另外，在魔幻王国与交通票务中心也有大型游船连接。

(3) 单轨铁路。WDW单轨铁路系统现在包括总长14.7英里的3条轨道线和12辆Mark VI型单轨列车，年载客量达到5 000万人次。这3条线路分别是：快线——提供魔幻王国与交通票务中心的快速交通服务；酒店线路，一条双向线路，依次停靠魔幻王国、现代大酒店、交通票务中心、波利尼西亚酒店和佛罗里达大酒店；未来世界线——提供未来世界与交通票务中心的快速交通服务。另外还有支线提供快线、酒店线路与维修厂的连接，提供未来世界线与快线之间的连接。值得一提的是，WDW的单轨铁路自1971建成通车到现在的43年时间里，没有发生过严重的交通事故，未造成1人死亡，保持了很好的安全记录。

WDW提供的各种交通方式之间具有良好的衔接性，可以互相换乘，为此，WDW专门建有交通与票务中心(Transportation and Ticket Center，TTC)。TTC位于魔幻王国1英里外的大型停车场旁、通往魔幻王国的七海人工湖边上。这里既提供票务服务，也提供到WDW区域内任何地点的交通服务。游客可以自驾车到停车场，然后乘坐摆渡观光车或者乘坐公交车到达TTC。从TTC前往魔幻王国，可以搭乘单轨铁路快线，也可以乘坐3艘轮流摆渡的装扮各异的游船；前往未来世界则可以乘坐单轨列车；另外，从TTC可以乘坐旅游巴士到达WDW园区内的任一地点。

WDW各种交通方式之间的一体化在交通与票务中心实现。这里可以方便地完成水路、公路、轨道3种交通方式之间的换乘。由于停车场过大，为方便游客到达交通与票务中心，还专门使用了摆渡观光车。换乘点的交通标识清晰易懂，即使不懂英语的人也可以方便地找到自己需要换乘的线路和要到达的地点。

(资料来源：赵中华，汪宇明．主题公园区域交通组织研究——以奥兰多迪斯尼世界为例[J]．旅游论坛，2009，12.)

【案例点评】

旅游交通是旅游业三大支柱之一，旅游交通工具使用的便利和舒适是消费者口碑传播的主要内容，也是旅游交通服务能否持续发展的关键。奥兰多迪斯尼主题公园作为一个世界知名的旅游品牌，注重消费者的感受和口碑传播的信息对公园外部营销的作用，因此设计了接近完美的交通服务设施和服务路线。

首先，设施规划保证交通线路布局的合理性。WDW采用先进的交通规划手段，对交通基础设施进行规划，使之能够满足客流的发展需要。设施规划包括道路规划、交通枢纽规划、车站规划、码头规划、娱乐设施规划、购物设施规划等。WDW区域内分成十多个TAZ，对它们进行的调查统计，内容包括了



家庭结构、拥有车辆的数量、工作状况等详细内容。在规划过程中，按照土地利用形态影响区域交通容量的思想，进行科学的线路模拟，得出各条线路的交通量。WDW 区域采用佛罗里达州统一的规划软件 Cube Voyager 进行建模分析，该模型利用改善了的传统四阶段法进行交通具体分析、预测和评估，适用于规划和测度较大范围的交通战略规划，以及交通策略制定、道路网络的增减、公共交通线路的增减、公交政策和服务标准、道路收费标准和政策等。通过该规划软件，在交通设施规划的过程中，将调查得到的详细数据输入到软件中的各个计算机模块中，根据需要，在已有的道路网络上增加或者减少线路、增加车道以拓宽现有线路、增加或减少娱乐设施、重新布局公共交通线路等。通过运行修改后的数据，得出相关结果，分析道路网变化对交通的影响，可以得出拥堵路段和空闲路段，然后根据结果调整规划方案，使得规划方案的结果达到最优化。调整过程中，可以根据运行结果显示的 TAZ 与 TAZ 之间的交通流量来调整道路的布局和公共交通线路的布局，根据需要建设轨道交通或增加旅游巴士数量。最后根据该分析结果制定相关规划或政策建议，供最终决策使用。正是这种先进的规划手段与现代科学研究理论的结合，使得区域旅游的交通组织管理更加顺畅，各种交通方式有效衔接，为游客提供了区域旅游的良好交通条件。

其次，交通一体化建设为游客出行提供高效服务。区域旅游的交通服务，不仅要保证游客的方便快速集聚和疏散，还要让游客在旅途中过得舒心、开心、放心。交通一体化建设包括了基础设施一体化和交通方式一体化。WDW 区域内，交通设施一体化建设十分鲜明。其交通与票务中心（TTC）是典型的交通基础设施一体化，这里有单轨铁路，有船坞码头，有旅游巴士车站，还有摆渡观光车停靠专用设施。从票务中心出发，这些基础设施均在步行 1～2 分钟的旅程范围之内，方便游客到达。另外，基础设施的一体化还体现在信息设施的一体化和管理系统的一体化。WDW 内交通方式之间是通过同一调度平台进行操作指挥的，管理系统和交通信息传输系统也是统一的，具有良好的互动性。交通方式一体化在 WDW 区域则是游客亲身体会到的便利交通特点。各种交通方式在 TTC 可以方便换乘，管理指挥中心会根据不同交通方式的运能来适当调整发车时间，也可以通过信息的公布来引导旅客快速通行。比如从 TTC 到魔幻王国，希望节省时间、快速到达的人一般选择单轨铁路，而喜欢欣赏风景而时间不紧张的游客则大多会选择游船；但如果等候游船的人过多，则会通过限行等措施延长等待时间，于是部分游客便改选单轨交通方式。而乘坐游船、旅游巴士等从迪斯尼酒店、市区或其他地方过来的游客，则会方便地换乘轨道、水路或者旅游巴士到其他园区。交通一体化的建设，不仅保证了运输系统的高效快速，还保证了游客体验达到最大化，让乘坐迪斯尼公共交通出行的游客感受到高效、方便、快捷、舒适、放心的交通环境。

再次，先进的经营理念保证了 WDW 区域旅游的交通稳步发展。在 WDW 区域内的交通组织过程中，组织者给游客营造了一个欢乐的氛围。在迪斯尼内乘坐旅游巴士，司机会微笑着迎接每一个客人上车，然后用欢快的语言向游客介绍旅游巴士的目的地及行程需要的时间。乘坐轨道交通的游客则有机会与列车的驾驶员一起观看驾驶员如何操作驾驶(每次驾驶室可以安排 4 位游客乘坐)。游客到达轨道交通车站后，可以询问站台人员是否可以乘坐驾驶室，如果前面没有人排队等候，那就可以进入，在特定位置等候进入驾驶室，与驾驶员一起开始旅程；如果已有人在排队等候，游客可以选择继续排队等下一列客车或者乘坐普通旅客列车。这种体验可以给游客带来愉悦。在带给游客欢乐的同时，WDW 还注重游客的交通需求，通过调查获知游客在旅游过程中喜欢的交通方式、满意的交通方式，以及对哪些交通设施有意见等，并根据信息部的统计提出合理的改进建议，最后成为改善其区域旅游的交通运力和交通方式的依据。此外，迪斯尼世界注重提高员工素质，这不仅保证了员工给游客带来愉悦的心情，还成为其交通系统高效、快速、安全运营的保障。迪斯尼世界年游客达到 5 100 多万人次(2007 年)，而区域内交通系统一直保持着惊人的安全生产历史，比如其轨道交通就从未发生过一起造成死亡的交通事故。这与员工的高素质是分不开的。







东方空中文化体验之旅

由陕西省旅游局、西安市旅游局和中国东方航空股份有限公司联合举办的“东方空中文化体验之旅”陕西文化旅游周活动，旨在通过航线产品与陕西旅游产品的结合，突出陕西在历史文化上的优势和特点，在旅客中宣传陕西，从而吸引更多的游客到陕西开展业务和观光，同时也让更多的旅客感受东航的优质服务。在为期一周的活动期内，在东航所有国际国内航班上，旅客可以通过“看到的、听到的、品尝到的、触摸到的、回味到的”亲身体验，领略陕西省悠久的历史文化、形色各异的风土人情和丰富多彩的旅游资源，在感受当地文化无穷魅力的同时，体验东航丰富的空中服务内涵。

“东方空中文化体验之旅——陕西文化周”活动是东航“东方空中文化体验之旅”系列活动的第一站。“陕西文化周”期间推出了一系列具有浓郁陕西地方特色的主题活动：万米高空文物展、客舱响彻古韵秦腔、陕北民歌上飞机、凤翔泥塑展新艺、长安古乐迷醉外国旅客等。同时，在活动期间乘坐东航航班的旅客都能够欣赏到展示陕西风情的剪纸、刺绣，品尝到陕西特色美食，还有机会参与空中抽奖活动，有幸抽得特等奖的旅客得到了“唐代的鎏金铜铺首”仿制品。

陕西文化旅游周之后，东航还将陆续与其他省市、相关部委和企业推出各类文化体验之旅活动，如“声势文化周”、“中华特色文化周”、“七一香港周”、“八一建军周”等特色周，以东航210余架飞机、500多条国际国内航线为平台，东航全球各营业场所、各分子公司、售票大厅、候机楼贵宾厅，头等舱休息室等为辅助场所，以服务地方、宣传地方、体验文化、感受特色为目的，循环展示中华民族多元素的区域文化及系列主题文化，为旅客提供更丰富的文化体验，让中华文化插上飞翔的翅膀。

【案例点评】

(1) 旅游产品或旅游交通产品的一个共同的特点就是服务能力一旦形成就是固定的，易失的，无法储存留到以后使用的，旅游景点接待能力和航空公司的空座位都无法在以后的服务中弥补，所以，更加需要恰当的营销策略在淡季提高服务需求，以尽可能少地损失服务能力。

(2) 在被称为“体验经济”今天，最佳的营销措施是关注顾客的体验，综合地调动顾客的感觉、感受、情感、思维和行动的整体体验经历，通过使消费者娱乐、审美、得到教育和知识等充分地享受到服务带来的独一无二的享受，才能为企业带来口碑宣传的效果以及顾客满意进而忠诚的效果。

(3) 旅游目的地与旅游交通企业联合营销，把两种旅游产品合二为一，完美地结合到顾客的体验中，取得了三赢的结果，这在今天的市场营销中是很难得的可供借鉴学习的宝贵经验。

本 章 小 结

企业营销是企业生存的一项必需的管理职能。在企业生存发展的不同阶段，发挥着不同的功能。根据外部环境及企业战略，营销通常发挥以下一个或几个功能：开发性营销、维持性营销、减低性营销、调和性营销、再营销、刺激性营销、扭转性营销、反击性营销等。一般来说，可供企业选择的营销战略分为以下3种：差异化营销战略；无差异化营销战略；集中性营销战略。在同一时期，由于企业的产品组合不同，营销策略如价格策略、分销渠道策略和交通促销策略等都会有不同。



复习思考题

一、问答题

1. 旅游交通企业为什么需要营销？营销工作都包括哪些环节？

2. 如何理解营销工作的目标导向、消费者导向和系统导向之间的联系和区别？

3. 选择一个你熟悉的旅游交通企业，分析它的旅游现状和问题，找到适合它的最佳的营销功能和营销策略。

4. 进一步的分析磁悬浮列车和迪斯尼主题公园营销的优势和劣势，并指出我国未来旅游交通营销的趋势。

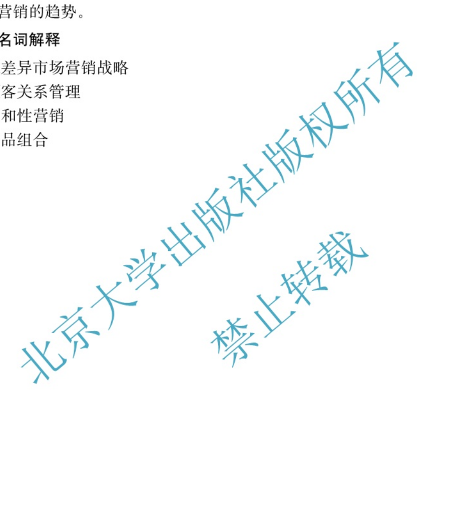
二、名词解释

1. 无差异市场营销战略

2. 顾客关系管理

3. 调和性营销

4. 产品组合





第7章　旅游交通预测

学习目标与要求

（1）了解旅游交通预测的概念、类型与特点。

（2）掌握旅游者旅游交通预测的原理。

（3）掌握旅游交通预测的方法。

（4）重点与难点：旅游交通预测方法。

导入案例

2014年国庆节假日旅游信息通报

今天是国庆假期的最后一天，主要旅游城市和景区接待游客量回落。各地迎来返程高峰，城市周边道路交通压力加大。

10月1日至7日，全国纳入监测的124个直报景区共接待游客3 169.2万人次，同比增长3.8%；门票收入16.04亿元，同比下降2.43%。

9月30日13时至10月7日17时，国家旅游局共接到投诉电话113个，同比下降58.76%。其中涉及景区58件(占51.33%)、旅行社38件(占33.63%)、宾馆饭店11件(占9.73%)、旅游交通5件(占4.42%)、其他1件(占0.88%)。

其间，国家旅游局共接到安全事故报告2起，死亡4人。其中一起发生在南非，一辆载有20名中国游客的旅游大巴于10月1日发生交通事故，造成3人死亡。另一起发生在广东，清远市阳山县第一峰景区于9月30日晚发生游客溺水事故，死亡1人。

“十一”假期总体情况如下。

1. 各地政府落实责任

各级人民政府和旅游部门按照《国务院办公厅关于做好2014年国庆节旅游工作的通知》精神，积极部署，认真落实，提前制定了各项预案，认真做好市场检查，全力保障国庆期间游客出行顺利。节前节中，江苏、海南、湖北等省领导亲自带队，赴各旅游景区实地检查旅游市场运行及安全保障情况；上海、湖南、福建、贵州、云南等地旅游部门积极开展假期旅游检查，督促落实安全责任、加大旅游执法力度。在南非旅游团交通事故发生后，组团社所在地北京市领导高度重视，市旅游委紧急响应，立即采取措施，迅速联络有关单位，积极落实工作责任，全力配合做好后续工作。

2. 旅游市场趋向成熟

从7天的市场表现和监测数据来看，游客选择出行时间、目的地更加理性。北京、上海、广州、深圳等地许多家庭选择城市周边游，出行时间多为假期中段，避开了高速公路出行高峰。九寨沟、黄山、峨眉山等传统热门景点通过推出分时段进入、车辆限行分流、景点志愿者引导等多种方式分流，有效避免了拥堵。同时，旅游产品日益丰富，度假旅



游、乡村旅游等产品逐步完善，旅游节庆活动丰富多彩，为游客出行提供了更多选择。第十六届北京国际旅游节打出生态旅游牌，在6个区县分不同主题开展活动；上海南翔小笼文化周开幕，改变了非遗项目静态陈列模式，增强了体验性、互动性；浙江的乡村旅游受到游客青睐，湖州的德清、安吉，丽水的遂昌，杭州的余杭等地都出现一房难求的局面；大连市推出了“海岛观光＋体验渔家风味＋吃住渔家”的二日、三日主打旅游产品。

3. 出游方式更加多元

今年“十一”期间，游客出行方式更加多样化。一是自驾游成为市场主力军。长假的第二、三天，阳朔迎来自驾游的高峰，至4日达到高位；四川九寨沟长假期间共接待自助、自驾游客近11万人次，占旅游接待人数的65%以上。二是高铁游成为人们主要出游方式。福建与珠三角、长三角经济区、中部城市群以及京津冀等中远程旅游市场通过高铁加速融合，形成了三大“高铁旅游圈”。三是水上旅游线路受到游客高度关注。三峡旅游人数同比增长接近100%；国际邮轮出行航期次数不断增加，出行游客同比去年增长50%以上。

（资料来源：2014年国庆节假日旅游信息通报(第7号)，中华人民共和国国家旅游局网站，2014-10-7.）

7.1 旅游交通预测原理

7.1.1 旅游交通预测的定义

旅游交通预测是指对旅游交通经济现象未来发展的科学预见。旅游交通经济现象包括宏观旅游交通现象，如旅游交通业总体发展速度、旅游交通总供给与总需求的市场变化和旅游交通各种方式的结构变动趋势等；微观旅游交通现象，如特定旅游交通企业的客运量、销售额和市场占有率的变动状况。

旅游交通预测的科学预见性是以旅游交通经济客观规律和经济预测科学理论为保证的。旅游交通经济现象发展变化的时序连贯性，某些经济现象之间的因果关系和高度关联性，某些经济现象之间的趋同性和可比性，都为人们进行历史的、横向的、纵向的科学预测提供了可能。

经济预测的结果反映着经济现象未来发展的趋势和可能达到的水平，因而成为旅游交通经营制定经济发展规划与计划和进行经济决策的重要科学依据。目前，在国内外经济形势变化日益加剧、不确定因素日益增多的情况下，经济预测对我国调整旅游交通产业结构、改善旅游交通供需关系、提高旅游交通企业的经营效益和制定国际旅游交通市场竞争战略等都具不可或缺的重要作用。

7.1.2 旅游交通预测的基本原理

1. 原理

旅游交通预测主要遵循逻辑类推、时序连贯和因果关系3个基本原理。

1）逻辑类推原理

它是根据经济现象之间内在的相关关系，由一种经济现象预见和推测另一经济现象未来

发展的趋势。预测者首先要对与特定预测对象相关或相近事物的历史发展趋势或现状发展水平进行分析、研究和总结，然后通过逻辑推理来预测特定预测对象未来发展变化的趋势。

2）时序连贯原理

它是根据经济现象发展变化在时间序列上的连贯特征，通过对历史发展趋势的分析，找出该经济现象的时间序列演变规律，由此建立时间序列数学模型，然后对该经济现象未来发展趋势进行预测。

3）因果关系原理

它是根据一种或多种经济现象（自变量）与特定预测对象（因变量）之间的影响与被影响关系，在对自变量与因变量历史统计数据进行分析的基础上，建立因果或回归数学模型，然后利用数学模型和已知的自变量来预测因变量的未来发展趋势。

2. 程序

预测工作的程序又称预测工作的步骤。不论是什么样的预测，基本程序都是大体相同的，它主要由如下几个阶段组成。

1）明确预测任务和预测目的

开展预测工作，首先要明确预测什么。这是一个预测目的或任务问题。因为不同的预测目的或任务，决定了参加预测的人员、组织的预测机构、要搜集的预测信息、投入的预测费用等都是不同的。所以，在预测工作一开始，就要明确为什么要预测，预测什么，任务有多大，应达到什么目标。

2）搜集和整理资料

根据预测任务，预测人员要广泛搜集有关的信息和资料，特别是历史资料和当前的资料。一般来说，预测结果质量的高低，与预测中搜集的资料的多少，质量的高低关系极大。资料自然是越全面越好。但资料越全面，所花费的人力、物力自然也就越多。在搜集资料中，应本着重要原则，有计划、有目的地进行，以满足预测的要求。

3）建立预测模型

由于定量预测具有精确化程度高、可靠性强的优点，在预测中，能够进行定量预测的，应力求进行定量预测。这就要求建立预测模型。选择、建立预测模型要根据预测对象的特点和要求而定。

4）预测运算

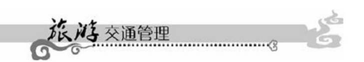
预测模型建立起来之后，将预测数据输入模型，进行测算。要注意的是，一次测算的结果不能作为预测的最终结果。应有必要参照当前已经出现的各种征兆，考虑模型中的变量所没有包含的可能性因素进行调整，最后确定预测值。一般可采用定量预测结果与定性预测相结合的方式确定预测值的方式。

5）评价预测结果

对初步预测结果的可信度要进行评价。检验其精确性、可信性。如果通过检验发现预测结果的精确性、可信性较差，就应考虑重新测算或调整预测方法。如果是因数据不全导致预测结果的精确性可信性差的，应补充数据。如因预测方法不合理导致了预测结果可信度低的，应重新选择预测方法，重新建立预测模型。

6）将预测结果交予计划工作人员或决策者

这是程序的最后一步。预测结果是决策和判断额主要依据。把预测结果交付给计划工



作人员或者决策者后，由其依据预测结果进行对实际工作进行调整和布局。

3. 分类

旅游交通预测方法主要有定性预测和定量预测两大类别。

1）定性预测法

定性预测法是依据预测者的经验和知识，通过对影响预测对象的各种因素进行分析、判断和推理，来预测特定经济现象未来发展变化的趋势。它主要用于对那些缺乏系统统计资料或很难进行定量分析的旅游交通经济现象进行预测。常见的旅游交通定性预测法可细分为类推法、德尔菲法和主观概率法。

（1）类推法：它是预测者根据自己的知识和经验，在调查研究基础上，根据逻辑类推原理，对预测对象进行的预测。依据经济现象之间先后发展顺序规律进行的逻辑类推，称为先行、后行类推法；依据经济现象之间相互替代规律进行的逻辑类推，称为替代关系类推法；依据经济现象之间的趋同性和可比性规律进行的逻辑类推，称为比较类推法。

（2）德尔菲法：它是美国兰德公司在20世纪40年代末创立的一种定性预测方法，旨在借助专家的经验对无法数量化的经济现象进行预测。该方法一方面借助专家的知识与经验，另一方面由预测组织者对专家的预测值进行量化统计处理，从而使定性预测得到量化表述，具有较强的实用性与科学性。

（3）主观概率法：它是概率论在经济预测中的一种应用方法。概率是指某一实验重复无限次时，其中某事件相对发生的次数。主观概率则是指人们认为某事件可能发生的可信程度。

2）定量预测法

定量预测法是对预测对象未来的发展变化趋势、增减速度和可能达到的水平的一种量的说明。该方法适用于具有系统、详细和准确统计资料，在一定时期内发展变化比较稳定的旅游交通经济现象。它可细分为时间序列法和因果关系法两种。

（1）时间序列法：它是根据经济现象发展变化的时序连贯原理，把预测对象的历史统计指标值按其发生时间的先后顺序排成数列，然后利用数学方法对时间序列进行平均处理或平滑处理，得出预测对象的历史演变规律，并参照当前已经出现的各种情况，来预测其未来发展变化的趋势。根据对时间序列处理所使用的具体数学方法，一般将它再分为移动平均法和指数平滑法两种。

（2）因果关系法：因果关系预测法的基本原理，就是根据经济变量之间的某种因果关系，找出影响预测对象(因变量)的一个或几个经济因素(自变量)，建立因果或回归数学模型，然后根据自变量的变化趋势来预测因变量的变化趋势。因果模型中的因变量和自变量在时间上是并进关系，也就是说，因变量的预测值要由并进的自变量的值来旁推。

7.2 旅游交通定性预测法

定性预测法是指依据预测者的经验和知识，通过对影响预测事件的各种因素进行分析、判断和推理，来预测事物的未来变化趋势的预测方法。它是人类使用时间最长的古老



的预测方式，在科学技术高度发达的今天，它依然是不可替代的经济预测法。旅游交通定性预测法，主要用于对那些缺乏系统统计资料或很难进行定量分析的旅游交通事件进行预测。常见的旅游交通定性预测法，主要有类推法、德尔菲法和主观概率法。

7.2.1 类推法

类推法是指预测者根据自己的知识和经验，在对与预测事件相关或相近事物的发展趋势进行分析和研究后，通过逻辑推理来预测特定预测事件发展变化的趋势。它又可分为相关类推和对比类推两种方法。

1. 相关类推法

相关类推法是依据事物的因果关系，从已知相关事物的发展趋势，来推断特定预测事件的未来变化趋势。在旅游交通预测中运用相关类推法，必须首先找出与预测对象相关的各种事物和因素，然后根据与相关事物之间的内在联系，进行推理和判断。

相关类推法又分为两种具体方法。

1）先行、后行关系类推

某些旅游交通事件或现象在其他相关事物或现象出现变化之后，必然会随之发生相应的变化。这种相关的变化关系，称为先行、后行关系。比如，一个具有较强吸引力的旅游景点出现以后，旅游交通线路迟早会随之开通。而旅游交通线路开通之后，必然会有旅游交通企业在该线路上开展旅游交通运输业务。随着旅游交通条件的改善，前往该景点的旅游者也会相应增加。由此可见，通过对某些先行事物的观察和分析，就能够预测出其他相关事件或现象即将出现的趋势。

2）替代关系类推

某些旅游交通商品出现之后，往往可以替代其他类似的商品，这种关系称为替代关系。两种替代商品总是呈反方向变化。比如，以前去三亚市的国际旅游者主要是从海口机场进入海南岛，然后从海口市乘汽车或客船前往三亚市旅游。1994 年三亚凤凰机场建成投入使用，由此可以预测以下发展变化趋势：第一，海口至三亚旅游交通将形成公路、航空和沿海客运的互相分流，航空方式将承担以前公路和客船的部分客运量；第二，国际旅游者不仅可以从海口也可以从三亚机场进入海南岛，三亚机场将替代海口机场的部分空港集散功能；第三，三亚国际旅游交通可进入性和运力将有突破性改善和提高，并吸引大量的国际旅游者。

2. 对比类推法

对比类推法是根据相同或相近事物或现象之间的共同性，来推断特定事件的未来变化趋势。常见的对比类推方法有以下两类。

1）各国之间的对比类推

这是指通过对外国同类旅游交通事物或现象的分析与对比，来推断本国旅游交通的未来发展变化趋势。比如，日本的出租汽车使用寿命平均为 10 年，据此可以推断我国旅游汽车的使用寿命平均也在 10 年左右。再如，从世界上各国际旅游发达国家来看，航空运输是国际旅游的主要交通运输方式，由此可以推断，我国国际旅游业的持续高速发展必将

促进航空业的继续发展；如果航空业不能与国际旅游业同步发展，必将会制约全国国际旅游接待人数和旅游外汇收入的增长，等等。

2）国内不同旅游区之间的对比类推

通过对国内不同旅游区同类事物或现象进行分析与对比，也可以达到推断和预测本地旅游交通未来发展变化趋势的目的。比如，北京香山的旅游索道投入使用后，取得了较好的经济效益，通过对比可以推断，慕田峪长城的游览索道同样也会为经营者带来理想的经济收入。再如，九寨沟和张家界等偏远旅游区通过修建旅游公路和机场，使当地成为全国著名的旅游热点旅游区，并把旅游资源优势迅速转化为现实的经济优势。可以推断，全国其他地理位置偏远，但旅游资源丰富而独特的地区，通过建设旅游交通设施，改善旅游交通条件，也能够变冷点为热点，以旅游业带动和促进当地经济的腾飞。

7.2.2 德尔菲法

德尔菲法，又名专家意见法，是依据系统的程序，采用匿名发表意见的方式，即团队成员之间不得互相讨论，不发生横向联系，只能与调查人员发生关系，反复地填写问卷，以集结问卷填写人的共识及搜集各方意见，可用来构造团队沟通流程，应对复杂任务难题的管理技术。

德尔菲法(Delphi Method)是在20世纪40年代由O. 赫尔姆和N. 达尔克首创，经过T. J. 戈尔登和兰德公司进一步发展而成的。德尔菲这一名称起源于古希腊有关太阳神阿波罗的神话。传说中阿波罗具有预见未来的能力。因此，这种预测方法被命名为德尔菲法。1946年，兰德公司首次用这种方法用来进行预测，后来该方法被迅速广泛采用。我国科研机构和企业从20世纪80年代起，也普遍采纳了这一预测方法，取得了良好的效果。

德尔菲法依据系统的程序，采用匿名发表意见的方式，即专家之间不得互相讨论，不发生横向联系，只能与调查人员发生关系，通过多轮次调查专家对问卷所提问题的看法，经过反复征询、归纳、修改，最后汇总成专家基本一致的看法，作为预测的结果。这种方法具有广泛的代表性，较为可靠。

德尔菲法是预测活动中的一项重要工具，在实际应用中通常可以划分3个类型：经典型德尔菲法(classical)、策略型德尔菲法(policy)和决策性德尔菲法(decision Delph)。

1. 德尔菲法特点

德尔菲法具有以下3个特点。

1）匿名性

德尔菲法虽然是通过一批专家对特定事件进行预测，但是，参加预测工作的专家之间并不进行面对面的交谈。这些专家都是单独与预测主持者保持书信联系，通过填写征询表表达自己对预测事件的看法。预测主持者在整个预测过程中对参加预测的各个专家的姓名严格保密，从而避免了权威人士对其他专家在心理上的影响，使各个预测者都能够独立思考和判断。

2）反馈性

德尔菲法要求对专家进行多次反复的征询，直至得出比较一致的预测结果。每次征询

后，预测主持者都要对征询表进行分析和整理，并把其他专家的意见反馈给他们，使每个预测者都了解整个预测小组的基本观点和倾向，以帮助他们克服个人见解的片面性，进行更为科学和成熟地进行预测。

3）收敛性

在对专家小组反复征询时，预测主持者还要借助统计手段对调查结果进行归纳和总结。经过若干轮征询后，专家小组的意见一般会趋于一致，统计结果也将趋于收敛。这时，还要对预测结果进行最后的统计处理，通常用中位数和上下四分位法描述专家意见的离散程度，并得出预测结果。

德尔菲法具有的以上这些特点，使它在诸多预测方法中脱颖而出。这种方法的优点主要是简便易行，具有一定的科学性和实用性，可以避免会议讨论时发生的害怕权威随声附和，或固执己见，或因顾虑情面而不愿与他人意见冲突等弊病；同时也可以使大家发表的意见较快收敛，参加者也易接受结论，具有一定程度综合意见的客观性。

2. 具体方法

1）准备

（1）成立预测领导小组。领导小组是预测的主持者，一般由旅游交通管理机关、科研单位或企业的有关负责人及科技人员组成。

（2）确定预测主题和细目，并提出有关背景材料。预测主题是指所要预测的总目标，一般是由预测主持者根据计划、规划和经营、管理的需要而制定。细目则是指为得出预测总目标，需要专家们回答的一系列具体问题。背景材料是为专家小组进行科学预测而提供的有关经济、政治、文化、经营等资料的统计数据。

（3）选定专家小组成员。选好专家是预测成功的关键。总的来说，专家小组成员必须具有丰富的专业知识和实践经验。在对旅游交通全行业发展、旅游交通综合运力布局等战略性宏观项目的预测时，应侧重于选择具有较高专业知识、综合管理经验和科研水平的专家；而在对旅游交通企业中短期客运量、设施建设和营业收入等微观项目预测时，则应侧重于选择实践经验丰富的专业科技人员和企业家。

同时，专家小组必须具有广泛的代表性，才能保证预测结果更为切合实际。要使专家小组具有代表性，首先要选择一定数量的专家，一般以10～30人为宜。其次，专家小组成员应包括各有关部门和企业的专家，以充分反映这些部门和企业的意见和观点。

（4）设计和制定征询表。征询表是专家回答问题的主要依据和表达观点的主要途径。它应该包括以下几个部分。

① 征询表编号和专家编号。为了对征询表进行分类归档和分析汇总，并对专家姓名保密，以免互相影响，需要对征询表和专家进行编号。

② 征询内容。它是征询表最基本的组成部分，是需要专家回答的具体项目。

③ 填表说明。这一部分用于具体说明填表要求。例如，填表时间、交表时间、项目含义和其他注意事项等。

2）征询

（1）第一次向专家小组成员寄发征询表和背景材料，由专家以不记名形式回答后寄回。预测主持者收到专家寄回的征询表后，应及时归纳汇总，准备进行第二次征询。

（2）将经过统计处理的有关第一轮征询的信息反馈给专家，必要时提供进一步的背景材料。专家收到第二份征询表后，在了解到整个专家小组对预测事件的基本意见的基础上，可以修正自己以前的看法或坚持自己的观点，然后寄回征询表。预测主持者回收到第二份征询表后，再次归纳汇总。

（3）将经过处理的第二轮征询信息反馈给专家。专家可以修正或坚持自己以前的观点，寄回征询表。主持者对第三轮征询结果进行处理。如果尚未达到预测目的，则继续进行征询，直至达到预测目的为止。如果专家意见趋于一致或足以说明问题，征询工作便可结束。

3）预测结果处理

当专家小组的意见基本趋于一致时，主持者一般采取中位数和上下四分位法对征询结果进行归纳，得出预测值和离散程度。

例如：1997 年爆发的亚洲金融危机对我国旅游交通业产生了较大影响。东南亚旅游者来华人数急剧下降，使我国至东南亚国际航线及以日本游客为主要客源的长江三峡游船航线经济效益急剧下滑。为了及时调整上述航线的运力和航班安排，并采取有效的市场促销措施，有必要对亚洲金融危机的恢复期进行预测。假设，预测主持者对第三轮征询表汇总后得出表 7－1。

表 7－1　亚洲金融危机恢复期征询汇总

序号	恢复期/年	专家编号	序号	恢复期/年	专家编号
1	0.5	3	9	2.0	8
2	0.5	2	10	2.0	6
3	1.0	10	11	2.5	11
4	1.0	4	12	2.5	5
5	1.0	12	13	2.5	14
6	1.5	13	14	3.0	9
7	1.5	14	15	3.5	13
8	2.0	15			

从表 7－1 中可以看出，专家小组对亚洲金融危机恢复期的看法已基本趋于一致。因此，需要对征询结果进行处理。确定中位数、上下四分位数和离散程度的公式为

$$M_d=\frac{N+1}{2}；\ Q_1=\frac{N+1}{4}；\ Q_2=\frac{3(N+1)}{4}；\ \Delta Q=\Delta Q_2-\Delta Q_1$$

其中，M_d为中位数；N 为数据项数(如项数为偶数，取两项中央的中点)，Q_1为下四分位数；Q_2为上四分位数；ΔQ 为专家意见的平均离散程度；ΔQ_1为对应于 Q_1的预测值；ΔQ_2为对应于 Q_2的预测值。

将表内数据代入公式，则有



M_d=8(位)； Q_1=4(位)； Q_2=12(位)； ΔQ=1.5(年)

根据计算结果，制作中位数和上下四分位数表，见表7-2。

表7-2 德尔菲法中位数和上下四分位数

序号	恢复期/年	专家编号	序号	恢复期/年	专家编号
1	0.5	3	9	2.0	8
2	0.5	2	10	2.0	6
3	1.0	10	11	2.5	11
4(下)	1.0	4	12(上)	2.5	5
5	1.0	12	13	2.5	14
6	1.5	1	14	3.0	9
7	1.5	7	15	3.5	13
8(中)	2.0	15			

注：(下)为下四分位数，(中)为中位数，(上)为上四分位数。

根据表7-2可以得出以下预测结果。

(1) 亚洲金融危机约需2年的时间恢复到危机以前的水平。

(2) 专家意见平均离散程度为1.5年。

7.2.3 主观概率法

它是概率论在经济预测中的一种应用方法。概率是指某一实验重复无限次时，其中某事件相对发生的次数。主观概率则是指人们认为某事件可能发生的可信程度。

比如，某轮船公司经理认为，该公司全年可完成20万人次客运量的可能性为80%。那么，该公司经理提出的完成20万人次客运量的主观概率为80%或0.8。主观概率必须符合概率论的基本定理，即全部事件中的各个事件的概率之和等于1，并且其中每一事件的概率在0与1之间。由于对同一事件，不同的人可能会提出不同的主观概率，因此，需要对不同人的主观概率进行综合处理，得出合理的主观概率预测值。

1. 准备

(1) 成立预测领导小组。

(2) 确定预测主题和细目。

(3) 组织有关专家。

(4) 制定主观概率征询表。

建立主观概率征询表，见表7-3，表内的概率为累积概率。在(1)栏概率为1%下填写专家个人估计的最小预测值，表示估计实际发生值不大于该数值的可能性只有1%；在(9)栏概率为99.0%下填写可能的最大预测值，表示估计实际发生值不大于该数值的可能性为99.0%；从中间各栏由小到大填写最小预测值和最大预测值的中间值。累积概率一般划分为9等份较为适宜。

表 7-3 主观概率征询表

征询表编号：　　　　　　　　　　　　　　　　　专家编号：

累积概率(%)	1.0 (1)	12.5 (2)	25.0 (3)	37.5 (4)	50.0 (5)	62.5 (6)	75.0 (7)	87.5 (8)	99.0 (9)
你对预测目标的上限预测									
附注									

2. 征询

将征询表和有关背景材料分送有关专家，待专家填表后及时收回。由于不同专家对同一事件往往会提出不同的主观概率，有时意见分歧很大，因此，在收回主观概率征询表后，首先要对征询表进行平均化处理，得出主观概率汇总表。

3. 预测结果处理

根据主观概率征询汇总表，把累积概率中间栏的平均值确定为预测值，然后根据所要求的误差，确定预测区间。

7.3　旅游交通定量预测法

定量预测法是对预测对象未来的发展变化趋势、增减速度和可能达到的水平的一种量的说明。该方法适用于具有系统、详细和准确统计资料，在一定时期内发展变化比较稳定的旅游交通经济现象。它可细分为时间序列法和因果关系法两种。

7.3.1　时间序列法

它是根据经济现象发展变化的时序连贯原理，把预测对象的历史统计指标值按其发生时间的先后顺序排成数列，然后利用数学方法对时间序列进行平均处理或平滑处理，得出预测对象的历史演变规律，并参照当前已经出现的各种情况，来预测其未来发展变化的趋势。根据对时间序列处理所使用的具体数学方法，一般将它再分为移动平均法和指数平滑法两种。

1. 移动平均法

移动平均法是利用时间序列平均数的移动计算，对原时间序列所体现的突升突降、大起大落等不正常现象进行修匀，尽可能地消除其不规律的因素，使事物发展变化中带有规律性的部分如实反映出来。具体来讲，就是按数据点的顺序，逐点移动。移动周期项数一般取3～5，即$n=3\sim5$。如，取5点一平均，则按1～5，2～6，3～7，……分别计算平均值。

1）一次移动平均值

一次移动平均值，是指对变量的统计数据只进行一次移动平均计算，每一周期的移动平均值均作为下一周期次第数据点的预测值。其公式为

$$M_t^{(1)}=\frac{Y_t+Y_{t-1}+Y_{t-2}+\cdots+Y_{t-n+1}}{n}$$



其中，$M_t^{(1)}$ 为第 t 周期的一次移动平均值；t 为周期次第数；Y_t 为第 t 周期变量的数据；n 为跨越周期项数或分段数据点数。

例如，取 $n=5$，则第 5 周期的一次移动平均值为

$$M_5^{(1)} = Y_5 + Y_4 + Y_3 + Y_2 + Y_1 / 5$$

第 5 周期的一次移动平均值为

$$M_6^{(1)} = Y_6 + Y_5 + Y_4 + Y_3 + Y_2 / 5$$

其简化公式为

$$M_t^{(1)} = M_{t-1}^{(1)} + \frac{Y_t - Y_{t-n}}{n}$$

以该式计算第 6 周期的一次移动平均值，则有

$$M_6^{(1)} = M_5^{(1)} + (Y_6 - Y_2)/5$$

由此得出

$$M_{t+1}^{(1)} = M_t^{(1)} + \frac{Y_{t+1} - Y_{t-n+1}}{n}$$

可以看出，当计算出 $M_t^{(1)}$，只需计算$\frac{Y_{t+1} - Y_{t-n+1}}{n}$，就可以求出 $M_{t+1}^{(1)}$。

2）二次移动平均值

要进行预测，建立预测模型，还需要计算二次移动平均值，也就是将一次移动平均值 $M_t^{(1)}$ 再进行移动平均。二次移动平均值的计算公式为

$$M_t^{(2)} = \frac{M_t^{(1)} + M_{t-1}^{(1)} + \cdots + M_{t-n+1}^{(1)}}{n}$$

其中，$M_t^{(2)}$ 为第 t 周期的二次移动平均值；$M_t^{(1)}$ 为第 t 周期的一次移动平均值；n 为跨越周期数或分段数据点数。

3）利用移动平均值进行预测

原有的时间序列经过一次和二次移动平均修匀后，便可根据所求出的新的时间序列建立数学模型，进行预测。预测的公式为

$$y_{t+T} = a_t + b_t T$$

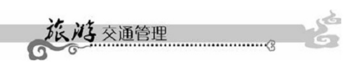
其中，y_{t+T} 为目前第 t 周期到今后第 T 周期的预测值，a_t 为截距(即 Y 移动到第 T 周期时的数据水平)，b_t 为斜率(即单位周期 Y 的变量)。

4）误差与校正

移动平均预测法强调时间序列各个数据对经济现象发展趋势的均衡影响，因而对突升突降的临时性变化反应滞后。当某一经济现象突然高速增长时，预测值往往偏低，而当该经济现象突然放慢增长速度时，预测值又往往偏高。因此，在使用该预测方法时，必须对预测结果进行误差检测，必要时还要对预测模型和预测结果进行校正。

2. 指数平滑法

指数平滑法，由美国人 G. 布朗首创，是利用指数平滑值的计算对时间序列进行修匀的一种方法。在修匀过程中，指数平滑法比移动平均法更注重近期的数据。它对过去的数据分别加以不同的权数，数据越近权数越大，数据越远权数越小。



该权数是按等比级数逐一递减的。这个级数的首项叫做平滑常数(或加权系数)，用 a 表示。公比为$(1-a)$，a 的取值范围在大于零和小于 1 之间，即 $0<a<1$，一般取 0.1～0.3 作长期趋势预测。

1）一次指数平滑值

用指数平滑法进行预测，首先要对时间序列平滑修匀，计算出一系列平滑平均数。一次指数平滑公式为

$$F_t^{(1)}=aY_t+(1-a)F_0^{(1)}$$

其中，$F_t^{(1)}$ 为第 t 周期的一次指数平滑值；Y_t 为第 t 周期的变量数据；a 为平滑常数。在进行第一周期的指数平滑值计算时，上式中的 $F_0^{(1)}$ 为原始估计值。为简单起见，可取 $F_0^{(1)}=Y_1$，或取前几个周期变量数据的平均值。

2）二次指数平滑值

二次指数平滑值的计算公式为

$$F_t^{(2)}=aF_t^{(1)}+(1-a)F_{t-1}^{(2)}$$

其中，$F_t^{(2)}$ 为第 t 周期的二次指数平滑值；$F_{t-1}^{(2)}$ 为第 $t-1$ 周期的二次指数平滑值。在进行第一周期的指数平滑值计算时，$F_{t-1}^{(2)}$ 一般用原始估计值，即

$$F_{t-1}^{(2)}=F_t^{(1)}$$

3）利用指数平滑值进行预测

利用指数平滑值进行预测的公式为

$$\hat{y}_{t+L}=a_t+b_tL$$

其中，$\hat{y}_{t+L}$ 为目前第 t 周期到今后第 L 周期的预测值；a_t 为截距(即 Y 平滑到第 $t+L$ 周期时的数据水平)；b_t 为斜率(即单位周期 Y 的变量)。a_t 和 b_t 可以按以下公式求出：

$$a_t=2F_t^{(1)}-F_t^{(2)}$$

$$b_t=\frac{a}{1-a}(F_t^{(1)}-F_t^{(2)})$$

4）误差与校正

运用移动平均和指数平滑两种不同的预测方法进行预测，所得出的预测结果会有所不同。移动平均预测法侧重反映历史数据对经济现象发展趋势的均衡影响，也就是说将早期较高的增长率反映到未来的发展趋势之中，而指数平滑预测法则侧重于反映近期历史数据对经济现象趋势的突出影响，即忽略早期的高增长率，更多地把近期的低增长率反映到未来的发展趋势之中。一般来说，移动平均预测法适合对发展比较平稳的经济现象进行预测，反之则采用指数平滑预测法更为适宜。

7.3.2 因果关系预测法

因果关系预测法的基本原理就是根据经济变量之间的某种因果关系，找出影响预测对象(因变量)的一个或几个经济因素(自变量)，建立因果或回归数学模型，然后根据自变量的变化趋势来预测因变量的变化趋势。因果模型中的因变量和自变量在时间上是并进关系，也就是说，因变量的预测值要由并进的自变量的值来旁推。

1. 一元线性回归预测法

一元线性回归预测法，是处理一个因变量同一个自变量的变化呈直线状态的预测方法。表达它们之间关系的线段呈直线形式。所谓一元，是指一个自变量 x 对因变量 y 的影响。

一元线性回归预测公式为

$$\hat{y}=a+bx$$

$$a=Y-bx$$

2. 多元性回归预测法

所谓多元，就是影响因素变化的自变量不止一个，而是有两个或两个以上，而且这些自变量和因变量之间的关系都是呈线性相关关系。利用这种多元线性相关关系，建立回归方程，进行预测运算，求出预测结果，就叫多元线性回归预测法。多元线性回归预测与一元线性回归预测方法相似，但计算的结果要复杂得多，一般要借助于计算机进行运算。



2014 年前三季度旅游经济形势分析暨全年趋势预测

1. 政策红利助推旅游产业创新与发展

2014 年 10 月 10 日，中国旅游研究院在京发布 2014 年前三季度旅游经济形势分析暨全年趋势预测，认为前三季度，旅游市场保持了持续快速的增长态势，产业投资和业态创新更加活跃。预计前三季度，全国旅游接待总人数为 28 亿人次，实现旅游收入 2.4 万亿元人民币，全年目标可以全面完成。预计全年接待旅游总人数 37.2 亿人次，同比增长 10%。全年旅游接待总收入 3.3 万亿元，同比增长 14.6%。

2. 旅游发展政策环境持续向好，市场主体创新活跃

当前我国宏观经济企稳，市场主体创新活跃，旅游经济下行的压力有一定程度的增加。国内游进入稳定增长期，出境游高速发展，入境市场止跌迹象初显。前期出台的《中华人民共和国旅游法》《国民休闲纲要》，以及近期国务院《关于促进旅游业改革与发展的若干意见》(以下简称 31 号文件)，旅游工作部际联席会议制度等一系列政策和制度，为促进旅游业持续健康发展提出了整体政策安排。受科技商业模式创新、消费行为转变等多重因素的影响，近年来旅游产业格局正在发生变化。基于互联网技术小微新业态的产业创新活跃，但传统业态的创新能力一直没有得到根本性的解决。区域旅游方面，在暑期旺季的带动下，第三季度区域景气水平有所回升。东部和中部地区的景气水平较为稳定，西部地区的景气水平攀升较快。

预计前三季度，全国旅游接待总人数为 28 亿人次，实现旅游收入 2.4 万亿元人民币。其中国内旅游市场将达 27.1 亿人次，同比增长 10.1%。国内旅游收入 2.2 万亿元人民币，同比增长 14.6%。入境总人次 9 500 万，同比下降 1.5%；入境过夜 4 070 万人次，同比下降 1.8%。入境旅游收入约为 377 亿美元。出境旅游 8 500 万人次，同比增长 16.6%；出境旅游花费 1 150 亿美元，同比增长 17.3%。旅游服务贸易逆差 776 亿美元。

3.2014 年全年趋势预测：相对乐观

当前旅游经济的先行指数为 90.21，国内政策经济稳中有进，国际经济的复苏仍存在众多不确定性因素。综合多项因素，我们预计全年旅游经济运行总体可维持“相对乐观”的判断。国内游平稳发展，出境游高速增长。国家旅游专项推广及杭州等地的分季节推广创新，可能会对入境市场有一定的促进作用，入境市场可能出现持平。

综合分析，我们对全年旅游经济形势仍维持相对乐观的判断，具体发展指标维持年中的判断。全年旅游业发展总体目标可以完成。预计国内旅游人数 36 亿人次，国内旅游收入达 3 万亿元，同比增长 15.6%。入境旅游人数 1.28 亿人次，基本与去年持平；入境过夜人数 5 500 万人次，与去年持平。入境旅游外汇收入 480 亿美元，比去年增长 6.2%。出境旅游人数 1.15 亿人次，同比增长 17.5%。

（资料来源：中国旅游研究院，2014 年 10 月 9 日分析报告.）

本 章 小 结

旅游交通预测是对旅游交通经济现象未来发展的科学预见。其原理包括：逻辑类推原理、时序连贯原理、因果关系原理三种。主要预测方法分为定性的预测方法和定量的预测方法。其中定性的预测方法包括类推法、德尔菲法、主观概率法。定量的预测方法包括时间序列法、因果关系预测法。

复习思考题

一、问答题

1. 什么是旅游交通预测？如何保证其科学的预见性？
2. 旅游交通预测有哪些主要方法？
3. 德尔菲法的主要特点是什么？
4. 移动平均法和指数平滑法有何不同？

二、名词解释

1. 定性预测法
2. 定量预测法
3. 德尔菲法

第 8 章　旅游交通规划

学习目标与要求

(1) 了解旅游交通规划的基本概念、性质和特点。
(2) 了解旅游交通规划的原则。
(3) 理解旅游交通规划的程序。
(4) 掌握旅游交通规划的内容。
(5) 理解旅游交通规划的评价方法。

导入案例

科学的旅游交通规划体系推动三亚旅游业快速发展

根据 2010 年公布的《国务院关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》，海南国际旅游岛的战略定位是成为我国旅游业改革创新的试验区、世界一流的海岛休闲度假旅游目的地、全国生态文明建设示范区、国际经济合作和文化交流的重要平台、南海资源开发和服务基地、国家热带现代农业基地。政策的倾斜使得海南增加了与其他内地甚至是亚洲地区旅游城市竞争的优势。短短一年时间，海南三亚市已经成功地成为目前中国最具有影响力的旅游城市之一，它以得天独厚的海岸资源优势、旖旎的海洋风光受到众多旅游者的青睐。海南的旅游业何以发展得如此之快？成功的原因又在于什么呢？

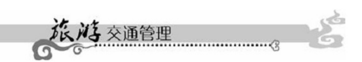
三亚市旅游业的快速发展，很大程度源于科学的旅游交通规划体系的建立。旅游交通是旅游业发展的大动脉，对旅游交通进行科学的规划，使其有序的发展，能够为旅游业长期稳定的发展提供充沛的客源，科学的旅游交通规划为旅游者创造了安全、便捷并符合游览性特征的交通运输环境，满足旅游者特殊的旅游交通需要。三亚市便捷的外部交道把大批的游客吸引到三亚，流畅的内部变通将三亚市各旅游景点有机地串联起来，加强了景点的可进入性，三亚又是天然的度假胜地，以其特有的魅力吸引游客多日停留，有力地推动了三亚市旅游业的发展。可见，科学的旅游交通规划，是发展旅游业的基础。

8.1　旅游交通规划的基本理论

8.1.1　旅游交通规划的概念及目标

1. 旅游交通规划的概念

世界旅游交通业经历了由自发发展到有序发展两个阶段。在旅游业的初期发展阶段，为适应旅游者对舒适、便于游览的交通方式的需要，旅行社、饭店、景点等旅游企业和社



会公共交通系统的部分企业开始自发经营旅游交通业务，如开办旅游班车、旅游出租汽车、游船、旅游专列、旅游包机等。旅游交通的自发发展阶段具有很大的盲目性，只是在现有道路、机场、港口码头等社会公共交通基础设施的条件下，经营较为豪华的汽车、船舶、飞机等交通工具，难以形成完善的体系，常常导致旅游交通“卡脖子”现象，成为旅游业发展的“瓶颈”。

第二次世界大战以后，随着旅游业迅速发展成一个完善的、成熟的综合生产业，旅游交通作为旅游接待业的三大支柱产业之一，也逐步进入有序发展阶段，其主要标志就是引入了科学的规划，以规划作为旅游交通业正常、有序发展的基本保障。客观上要求根据旅游业发展的要求和旅游者对旅游交通的特殊要求，对旅游交通进行科学的规划，以便通过旅游交通的有序发展，为旅游业长期稳定的发展提供充沛的客源。进入 20 世纪 90 年代，中国国际旅游业经过 10 多年的发展，步入较为成熟的阶段，旅游交通适应旅游业的发展，也正面临着由自发发展阶段向有序发展阶段的转化。从国家到地方，从政府到企业，都十分重视并迫切需要制定旅游交通规划。

旅游交通规划正是在对旅游交通业过去、现在及今后发展的考察、调查、研究、分析和预测的基础上，针对旅游交通现实和潜在市场需求，适应旅游业发展对交通运输的要求，编制的旅游交通未来发展的蓝图。这一蓝图描绘出旅游交通业的发展目标、发展战略、总体规模、建设重点和分阶段建设方案。因此，旅游交通规划可定义为，在深入调查研究和科学分析及预测的基础上，针对现实情况和未来需求对旅游交通业未来发展的科学合理的筹划与安排。

广义的旅游交通是指以旅游、观光为目的的人、物、思想及信息的空间移动。它探讨的对象包括人、物、思想及信息，而狭义的旅游交通概念则将讨论的对象限定在人或物。通常认为．以旅游为目的的出行，在出行方式、目的地、路线的选择及出行链的构成等方面和其他目的的出行有着较大的不同。同时，由于经济发展水平、基础设施的完善程度及历史文化等原因，同样的观光出行方式会因国家或地区的不同而不同。

从旅游交通的范围来看，旅游交通包括以旅游为目的出行的整个过程。因此，就出行链而言，旅游交通既包括城际(地区间)交通又包括在观光区域内的漫游活动。这里仅以一个典型旅游出行来说明旅游交通所探讨的范围。最为典型的跨地区旅游出行形式为，游客先从自家所在地 A 经过城际间交通到达旅游目的地 B，在 B 地漫游观光以后，再经过城际间交通回到 A 地。从这一过程中可以看出，该典型出行可以分为城际间往复式(或称活塞式)交通和区域漫游式交通两大部分。相比而言，对地区的交通、经济、环境及历史文化影响更大的是后者——即区域内漫游式交通。因此，尽管在定义上城际间往复式交通也属于旅游交通的一个组成部分，但是人们常常将探讨的对象界定在漫游式交通的范围内，并将旅游交通规划的对象限定为旅游地(观光地)交通规划。

2. 旅游交通规划的目标

世界上许多国家都根据各自的国情提出了多种多样的旅游地交通规划目标，根据旅游资源可持续利用的基本观点和我国的实际情况，我们认为，我国旅游地交通规划的目标体系应包括以下几个方面。

1）历史文化资源和自然遗产保护

这是旅游地交通规划最为广义的目标。我国是一个历史文化资源和自然遗产十分丰富的国家。由于规划不当，致使交通震动、废气污染等因素对历史文化资源和自然遗产造成破坏的例子屡见不鲜。最近几年很多地方政府为了短期实现经济效益，急功近利地大上旅游项目导致环境破坏、景区内景观破坏的现象也时有发生，这种做法不符合可持续发展的理念。因此．旅游交通规划的首要目标就是要有效地保护历史文化和自然遗产。

2）景观保护和创建

旅游价值通常是通过景观的形式展现出来的。为此，保护已有的景观、创建新的景观，并在旅游交通中展现它们，就成为旅游地交通规划的又一重要目标。在世界各地，交通方式本身成为旅游景观的成功事例为数不少。比如，景区内出租的多人自行车，既可以省时省力，又成为一道亮丽的风景；再比如为游人方便开创的林荫小路，以及在林荫路上可供选择的畜力车也是景区内富有特色的景观。这些做法既可以保护环境也增加了游客游览的情趣，创建了新的景区看点。

3）缓和交通拥堵、维护地区交通

这是旅游地交通规划最为狭义的目标，即旅游地交通规划的结果起码应当做到缓解旅游地的交通拥堵、维护地区的正常交通秩序。之所以进行旅游交通规划，主要是用于旅游旺季疏通游客过多造成的交通拥堵，缓解游客过多对景区和周围环境造成的交通压力，因此维护旅游地及旅游地周边的交通正常运转是旅游交通规划的最主要目的，也是基本目标。

4）提高交通的快捷性、舒适性

也就是说，旅游地的交通规划应有助于增加旅游地交通的安全性、快捷性和舒适性，从而提高旅游过程及旅游地的魅力。旅游产品本身就是一种体验产品，它的质量评价取决于游客的内心感受。游程的快捷无疑提高了旅游本身的效率，而快捷的交通也是提高游客舒适度的最好方法，因此，旅游交通规划过程中，针对交通效率提高的目标也是必不可少的。

8.1.2 旅游交通规划的性质

旅游交通规划是旅游业发展规划的重要组成部分，属于国民经济分支产业的行业发展规划，与公路、铁路、桥梁、机场、港口码头等单体建筑规划有本质的区别。旅游交通规划的主要目的，是保持旅游交通全行业的持续、稳定、协调发展，从而为旅游业实现其发展目标奠定交通基础。

8.1.3 国外旅游交通规划的发展

早在20世纪20年代，美国的交通调查就注意到了旅游交通需求，并开始在道路交通规划上融入了旅游交通规划的概念。1923年开通的位于纽约市外的Bronx Rivet Parkway便是一个典型的例证。该道路一改以往尽量缩短人们旅行时间的设计思想，将道路置于自然空间(森林)当中。该道路的出现，对于后来人们将居住地迁向郊外的趋势产生了深远的影响。此后，美国相继开通了多条以游客为主要对象的收费道路，为地方及联邦政府的税

收做出了贡献。进入 20 世纪 90 年代，旅游交通规划在美国各级政府的交通规划中均居于重要的地位。

日本于 1955 年首次在旅游胜地“日光”建设了长约 6.5km 的旅游公路，并于 1962 年制定的“全国综合开发规划”中首次提到了旅游交通的问题。此后，日本在旅游交通规划理论、旅游道路设计方法等方面的研究均投入了相当大的力量，建立了较为完善的旅游交通规划理论体系。

法国有关部门也十分重视旅游交通问题。法国国立交通安全研究所于 1994—1995 年成立，以 18 岁以上的法国人为对象，在全国范围内对游客的交通行为进行了较为详细的调查。调查结果表明，法国城市平均每周有 9 000 万人次的旅游交通发生。其中，巴黎地区的旅游出行就占了全国旅游出行的 12%～13%，即每年有 2 100 万到 2 600 万的法国人和大约 1 200 万的外国游客到访巴黎，使巴黎的日常交通量增加了 12%，地铁乘客的 20% 以上为观光游客。从而导致以巴黎为主的城市交通面临巨大的压力。

据资料显示，德国也遇到了由于旅游交通需求的增加导致的交通拥堵问题。为此，联邦政府采取了道路建设先行的做法。其结果是使德国人口在空间上分散化，极大地缓解了平日的交通压力。在此基础上，从 1978 年开始(当时的西德)，联邦交通局建立了夏季假日交通预测、预报信息系统。此外，在观光地的周围，除了采取增设交通标识等对策外，在规划旅游线路、交通设施等项工作中投入了巨大的力量。

我国很早以前就对旅游地道路的规划与设计问题进行过探讨。近年，人们又从多个角度探讨了旅游、城市及交通的相关问题。但由于这些研究并未建立起我国旅游交通规划的理论体系，致使我国旅游交通规划工作相对滞后，影响了假日经济的发展。因此，尽快开展旅游交通规划理论及方法的研究，在我国具有重要的意义。

8.1.4 旅游交通规划的作用

1. 它是旅游交通业合理规划的前提条件

旅游交通能否正常、有序发展，关系到整个旅游业的兴衰成败。而科学的旅游交通规划，遵循市场导向原则，为旅游交通业明确了发展目标，使得旅游交通各种方式协调发展，优势互补。首先，这可以创造便于游览、舒适、快捷、安全的旅游交通条件，以及“旅速游慢、旅短游长、旅中有游、游旅结合”的旅游交通环境，满足旅游消费者的需求，实现良好的社会效益。同时，还能够保持旅游交通供给与需求的总体平衡，有利于旅游交通经营者回收投资、获取经营利润并依法向国家纳税，从而实现良好的经济效益。

2. 它是旅游交通业有序发展的有效保障

旅游交通规划要根据旅游者对旅游交通的需求，确定各发展阶段旅游交通设施的建设规模、档次结构、布局安排和重点项目，以便集中人力、财力和物力建设适应市场需要并能产生较好社会经济效益的旅游交通项目，力求在较短时期内形成各种交通方式优势互补、设施和线路布局合理、内外部交通相互衔接的现代化旅游交通体系。制定科学的旅游交通规划，对于争取政府贷款，吸引国内外资金，加强旅游交通重点建设项目具有重要作用。

3. 它是旅游交通硬件建设的依据

旅游交通规划要根据旅游者对旅游交通的需求，确定各发展阶段旅游交通设施的建设规模、档次结构、布局安排和重点项目，以便集中人力、财力和物力建设适应市场需要并能产生较好社会经济效益的旅游交通项目，力求在较短时期内形成各种交通方式优势互补、设施和线路布局合理、内外部交通相互衔接的现代化旅游交通体系。制定科学的旅游交通规划，对于争取政府贷款、吸引内外资金，加强旅游交通重点建设项目具有重要作用。

4. 它是旅游交通软件建设的核心

旅游交通规划作为一种行业规划，还要包括旅游交通管理与服务等软件建设的内容，确定旅游交通管理与服务未来将要达到的总体水平，管理与服务的标准和规范，旅游交通从业人员的培训及任职资格，以及相应的保证措施等。旅游交通商品的无形性及生产与消费的同步性，决定了旅游交通的管理与服务是本行业的生命线。而通过科学的规划促进旅游交通软件建设，提高管理与服务的水平，最终与国际旅游交通管理与服务标准、规范、惯例接轨，是今后旅游交通发展的大势所趋。

8.1.5 旅游交通规划的紧迫性

近几年，随着经济的高速增长及国民生活水平的迅速提高，我国的旅游业呈快速发展之势。随着旅游业的高速发展，我国机动车保有量以大约每年 11.6%的速度递增。1998 年，我国的民用机动车保有量达 1 319.3 万辆。随着我国加入世界贸易组织，以及国家推动家用轿车工业发展政策的相继出台，可以预见，我国的私家小轿车的保有量将以更高的速度递增。可以说，黄金周、诸多双休日的出现及私家小轿车保有量的增加，在时间上和物质上为国民的旅游度假提供了保证，并使我国的旅游业成为国民经济新的增长点，各种交通方式的旅游交通需求量迅速增加。

在上述背景下，假日期间，全国各地的旅游地都程度不同地出现了交通拥堵、停车难等问题。例如，2000 年的“五一”期间，在全国的大部分主要旅游景点发生了严重的交通拥堵现象，而旅游资源的过度开发利用致使旅游景点部分历史和自然资源遭到破坏。

旅游交通关系到旅游经济、区域交通、生态环境及历史文化保护等多方面的问题发生在旅游景点的交通问题，不仅妨碍了人们准时到达旅游目的地、降低了旅游点的服务水平、破坏了部分历史文化遗迹和自然资源、影响了旅游点附近居民的正常生活，也给我国方兴未艾的假日经济造成严重影响。

这些问题的出现，从某个侧面反映了以往我们对假日经济所带来的旅游交通问题的认识不足。为此，尽快着手开展旅游交通问题的研究，对于增加旅游点的魅力、提高旅游景点地区的经济活力、促进经济的持续稳定发展等具有十分重大的意义。

8.2 旅游交通规划的基本原则和程序

旅游交通规划的编制工作是一项相当复杂的系统工程。一般在编制规划工作开始之前，要对整个规划过程进行总体设计，确定旅游交通规划的指导思想、整体规划目标，确

定规划期限，明确规划范围，确定分阶段任务及其规划成果。

8.2.1　旅游交通规划的指导思想

旅游交通规划的指导思想一般因交通规划的类型、层次不同而有所不同，应结合实际情况而定。但一般说来，在制定旅游交通规划的时候应考虑以下指导思想。

1. 要有战略高度

旅游交通规划必须从战略高度出发，考虑比较广阔的地域和比较长久的时间，考虑城市、景区等的性质、功能、特点等，在国民经济中的地位和作用，区域本身的结构、布局、地理和历史特点，使旅游交通规划有广泛的适应性、长久的持续性，使旅游交通规划很好地适应未来的发展，为旅游业及交通业服务。

2. 要有全局观点

旅游交通系统是一个复杂的系统，旅游交通规划必须从全局、整体出发，将旅游交通系统视为一个互相联系的有机整体，进行全面的综合分析。从整体上、系统上进行宏观控制，使系统在整体上合理、经济、最优，才能提高旅游交通规划的综合效益和整体质量。

8.2.2　旅游交通规划的原则

不同时期、不同地区、不同等级的旅游交通规划，要遵循不同的规划原则。概括起来，主要有市场导向原则、综合配套原则、经济效益原则、突出重点原则、地方特色与国际标准相统一原则、便于游览原则等。

1. 面向市场原则

在商品经济条件下，旅游交通服务必须能够满足旅游市场需求，才能具有市场竞争力，赢得较大的市场占有率。因此，旅游交通规划必须遵循市场导向原则，根据市场需求，确定旅游交通的运输能力、设施与线路布局、营运方式等，以保持旅游交通供给与需求的总体平衡。

2. 系统配套原则

旅游交通是一个综合性产业。从横向上看，行、住、食、游、购、娱六大要素共同构成了旅游业，关系十分密切。从纵向上看，公路、铁路、航空、水运等交通方式之间，以及各交通方式的运输工具、线路、始终停靠站(机场、港口码头)等设施之间，也存在着相互配合、相互制约的联系。因此，在制定旅游交通规划时，必须坚持系统配套原则，保持旅游交通纵向、横向联系协调一致，以完善的旅游交通体系促进整个旅游业的健康发展。

3. 经济效益原则

旅游交通作为一个经济产业，必须讲究合理的投入产出，以良好的经济效益保证该产业的良性循环运转。旅游交通是一个资金、技术密集型服务行业，其基础设施建设和人员培训的投入额巨大，而且，在营运过程中又有较大的设备损耗和燃料消耗，因而导致了旅游交通投资回收周期长，回报率低等特点。所以，旅游交通更要注重投入产出的科学性，把经济效益作为决定旅游交通能否实现良性循环发展的决定因素来抓。

4. **重点突出原则**

旅游交通是一个庞大的、伸缩性很强的系统工程，在建设过程中往往受到社会、经济、政治等大环境发展变化的影响。因此，在规划时，必须抓住主要矛盾和事关全局的关键环节，突出重点，兼顾一般。突出重点的主要目的，是制定相应的倾斜政策，集中人力、财力和物力，保证重点项目顺利实施，并为一般项目的建设奠定基础。旅游交通的重点，一般是指对外旅游交通枢纽、旅游交通的主导方式、通往主要旅游客源地和旅游区的旅游干线通道等。

5. **地方特色与国际标准相统一原则**

旅游交通业的发展应符合本地实际情况，依据其特有的地理、地形和客源地、旅游区(景点)的分布特点，因地制宜地设计和建设具有地方特色的旅游交通体系。同时，还要在保持特色的前提下，与国际标准、惯例接轨，尤其是旅游交通服务更要向国际标准看齐，提供国际水平的优质服务。例如，采用先进的交通运输工具、多种文字指路牌、国际通用路标、服务人员具备一定的外语知识等。

6. **讲究效率原则**

讲究效率是旅游交通区别于一般社会交通的主要特性之一，在规划上应予以充分体现。它包含着两个方面的内容，其一是“旅速游慢、旅短游长”，即旅行速度要快，旅行时间要短，使旅游者把尽可能多的时间用于游览，从容地参加各种游乐活动；其二是“旅中有游，游旅结合”，即把旅行与游览合二为一，使旅游者在乘坐交通工具的过程中得以欣赏沿途风光、风情，并体验乘坐特色交通工具的乐趣。

8.2.3 旅游交通规划设计的理念

根据协同学原理和城市设计中的共生原理，城市规划设计作为从空间上动态地优化配置各种资源的手段，应寻找一种最优的动态协调方法，以达到社会、经济和环境效益的动态综合平衡。这种动态协调不仅指系统内部，更包括系统本身与外部环境在时间和空间上的协调，这便是协同。在进行旅游交通协同设计中，应将交通设施的规划设计同道路景观相结合，以达到交通需求与景观效果的协调，并着重从规划控制、交通环境的优化、可持续发展、静态交通的设置、交通设施建设的改善等各个方面加以综合考虑，追求当前实际与未来的共生，交通需求与景观环境的共生，交通网络与基质的共生，交通设施区位与交通网络的共生，符号语言与心理习惯的共生，以实现多元设计要素的整体共生与互补，从而使整体交通设施的功能最佳化，形成动态的风景线，并最终使其与大地景观形成一体化的无缝拼图，诱导游客感知到如诗如画般的美好体验。

1. **回归自然的设计理念**

绿道是沿着诸如河滨、溪谷、山脊线等自然走廊，或是沿着诸如用作游憩活动的废弃铁路、沟渠、风景道路等人工走廊所建立的线型开敞空间，包括所有可供行人和骑车者进入的自然景观线路和人工景观线路。它是连接公园、自然保护地、名胜区、历史古迹及其他与高密度聚居区之间进行连接的开敞空间纽带。

绿道网络是将相互独立、分散、缺少系统性连接的大量公园和开敞绿色空间进行连

通，形成综合的、有机的绿色通道网络，具有环境保护、经济利益、美学上的巨大价值。绿道网络规划将成为21世纪户外开敞空间规划的主题。将绿道意识融入到我们的规划设计中，发挥其生态、游憩和文化的功能，是游客回归自然要求的最好途径，游客可以时时处处体会到外出旅游与自然同在的畅快。

2. 把握文脉的设计理念

首先，道路是地区文化的载体，要从城市自身的性质、地域背景、气候条件出发，确定景观形成的重要街区和主要道路，制定正确的城市道路景观引导基准，促进城市道路设计、改造更新过程向着有序、健康的方向发展。旅游城市丰富的内涵决定了城市道路景观设计具备多姿多彩的个性。旅游城市道路系统大致可由外部道路景观系统、自然与历史道路影响系统和现代道路景观系统组合而成。

城市外围入城干道是观赏城市整体轮廓景观的重要场所，在选线时除考虑道路的功能性、经济性外，特别要考虑对城市整体轮廓景观的观赏，预留一定的观赏保护区域，以使在入城干道上对城市整体建筑群的面貌特色、城市主要自然特色点和城市主要特色建筑的观赏有较好的效果。城市生活性干道和客运交通干道的选线应力求在道路视野范围内把城市的自然景观点和城市人文景观建筑、古树古木组织起来，成为一个联系城市自然和历史性景观的骨架，成为城市主要景点的观赏性的道路空间。城市交通干道沿街两侧建筑结合现代化交通设施的设置，可形成反映现代城市生活气氛和城市街道景观系统。

城市道路景观系统的组合，可使人们从不同的角度、不同的空间环境、不同的景观层次去体会，它应因地制宜地表现出城市既有的优美的自然环境，又反映出深沉的历史内涵，更表现出富有现代生活气息的整体形象。

其次，要注重景区道路的景观控制。道路系统是保证景区内物资流通和人流流通的重要基础，同时也形成一种独特的景观。由于人对各种道路的使用要求不同，在不同种类街道上的行为模式、活动方式亦不同，而导致人以不同的行进速度、体验方式来感受道路空间。这要求我们对各种不同种类的道路采取不同的景观设计方式来满足道路使用者的空间愉悦感。

机动车观光路是景区的动脉，因为其特有的机动性和便捷性，不可避免会改变地貌，但必须尽量配合地势进行建造。机动车观光路位于景区内景点较为集中或沿途景观较有特色的地段，主要以机动车为交通工具，向游客提供较快速、较舒适的道路交通服务。

步行观光路是景区内游客旅游和当地居民日常生活所主要依赖的步行系统，为满足交通流量和提供舒适的交通环境，必须提高路面质量，同时要注意维护景观。步行观光路位于景区景点较为集中或沿途景观较有特色的地段，主要以马匹为交通工具，向游客提供较慢速舒适的道路交通服务。

山林探险路是增加游客体验的特殊路段，重点在于它的原始性和趣味性。应尽量保持其原始状态，在部分危险路段可修栈道或增加护栏等安全设施。探险路位于景区内各景点较分散的地段，以徒步行走为主，也可以马匹为主要交通工具，游客游览体验为慢速且艰苦。探险路两侧和目的地基本为自然资源较敏感的区域，因此探险路一般为自然形成的小路，除危险地段作路面整修外基本保持自然状态，将道路对自然改变的程度控制到最低。这样，不仅有效地保护了自然资源，同时亦为游客提供更多的游览体验种类。

3. 富有人情的设计理念

道路作为城市形态空间的重要组成部分，既是交通运输的通道，又是人们户外活动的重要场所，是定向的交通与不定向的人的活动的统一体。道路空间从使用者的利益出发，悉心考虑每一环节，表现出人性的关爱。除了无障碍设计是其中一大体现外，还要注意以下几点。

（1）亲切而充满情趣的铺装景观。运用种类繁多的铺装材料和各种各样的施工工艺让路面美起来，丰富的色彩、各具特色的质感、形式多样的构形所表现出的韵律、动感，以及一些带有象征意义的细部设计等赋予路面生命力与个性，它们本身构成了一种景观，即“铺装景观”。铺装景观在解决功能、符合审美观念的同时，还反映了地域文化的特征，地面上的画面给路面注入色彩斑斓的文化内涵，人行走其中，低头移目也是一种享受。

人行道的铺装大多采用铺装景观，应在解决道路的基本功能的同时，注重与周边环境的调和，根据街道的性质、历史背景和周围景观要素的不同而有所变化。此外，地域个性的表现、快速性也是其设计目的。快速性表现在视觉的快速辨识和步行的快速行走上，应从路面色彩、明度、质地、线型的区分方面，加强视觉引导效果。另外，道路缘石、排水侧沟、防护栏、街灯、信号器、电话亭、雕塑、植物、路牌、坐凳等道路附属物，要经过精心设计的考虑，使设计师对自然石材潜在美的认识和运用的能力在这里得到极好表现。整个环境给人以精细处理之感，以此赋予街道优雅的气质。

（2）有序高效的标志系统(解说系统)。道路最基本的功能是有效地组织人流车流，使之快速安全到达目的地。根据路段性质和周围环境，从人的行为出发，合理设置各类标志。标志的种类繁多，形式各异，有记名标志、诱导标志、地图、规章制度的说明等。设置的形式、位置、高度、大小，以及文字的表达都需要经过仔细考虑，便于行人根据自己的意图高效准确地使用。在重要路段、路口、道路两侧、路面设置明显的导示标志或汉语、英语文字说明，还有公众信息提示、路口提醒，地铁无人售票的使用说明、乡野地区的木制路牌等设置，都要从公众和游客的需要角度加以设计。

8.2.4 旅游交通规划的一般程序

旅游交通规划要经历考察、调查、分析、研究、设计、写作、评审等一系列复杂的程序，在规划的整个过程中还要进行反复调研，修改补充，直至达到委托方的要求和通过专家评审。

1. 签订规划协议书

规划委托方在选定规划制作单位后，一般应邀请规划制作单位的负责人到当地进行初步的考察，协商并签订规划协议书。规划协议书是制定规划的法律依据，它应明确规划委托方(一般为甲方)和规划承揽方(一般为乙方)的权利和义务，如规划的时间期限、规划面积、主要内容、规划编制组的人员和资格、评审会的规格、规划费用、支付方式、违约处罚条款等。

2. 实地考察与调查

为了全面了解和掌握旅游规划地的旅游客源及其需求、旅游资源、旅游服务设施和旅

游业发展的历史、现状及未来发展趋势，旅游规划组必须深入旅游规划地的旅游景区、景点进行实地考察，并走访旅游及其相关部门和企业，从而获取感观认识和第一手资料。实地考察要以重点资源为主，兼顾一般，对具有潜力的新资源要给予充分的重视。同时，在条件允许的情况下，还应对旅游规划地的周边旅游地进行考察，从而找出规划地的优势，并以此确定规划地的发展方向，以及它与周边旅游地的竞争和合作关系。

调查可以采取访问、座谈、收集资料、抽样调查等多种方式。调查对象一般是旅游、公路、铁路、航空、水运、计划、规划等管理部门和企业，以及旅游者；内容包括旅游交通历年的统计资料、对旅游交通的评价及要求、旅游交通的价格水平、公共交通运输的发展规划及计划、旅游交通发展的设想、各种交通方式的客运能力及潜力。

3. 分析与预测

分析与预测的出发点应该是客源市场，从客源市场的历年发展变化特点、市场细分、需求量、客源市场的分布一直到市场今后的发展趋势。然后，根据市场状况，对旅游资源进行筛选和加工，确定旅游服务设施的建设规模。最后利用定性及定量预测法，综合考虑旅游业在各规划期的发展速度与水平、景点容量、旅游服务设施建设规模等因素，对旅游交通需求量和相应的旅游交通运力进行预测。

4. 设计与写作

1）设计

根据旅游规划地旅游交通需求量，设计旅游交通运力总量。根据对外旅游交通需求量及特点，设计对外旅游交通运力，以及各种交通运输方式的比例，确定主导旅游交通运输方式、旅游规划地与主要旅游客源地之间的交通方式与线路等。根据旅游规划地内旅游交通运输需求量及特点，设计内部旅游交通运输体系，确定交通中心和枢纽，及其与旅游区(景点)之间的运输方式和线路。

2）写作

从原则上说，编写规划需使用规划语言，即文字精练、准确、明白易懂，着重写“是什么”和“怎么做”，少写或不写“为什么”。采用短句、短段，甚至条文式的写作风格。从内容到文体体现科学性和可操作性。图表的分量要加重，凡能用图表表述的，即可减免文字。写作一般以时间为主线，按近、中、远期顺序展开。但为了突出重点，也可以主次关系为主线，按重点、次重点、一般、辅助等主次顺序写作。

但是，对于旅游业尚未起步或刚刚起步的地方来说，规划中还应适度写明“为什么”，如旅游交通对整个地区经济和旅游业发展的作用、各种旅游交通方式的特点及其联合运输的效应、市场导向等，以求取得共识的基础。

5. 评审

规划大纲(或初稿)完成后，一般要由规划委托方组织初步评审，以便对规划的总体框架、规划原则、主要内容进行修改和认定。在大纲(或初稿)基础上，通过进一步补充考察和调查，写作规划正式评审稿，并提交规划评审委员会评审。评审委员会的规格视规划的规格而定，一般由10位以上国家著名旅游专家和有关领导组成。所请专家应在旅游交通专业领域具有较高造诣和权威，所请领导包括旅游业高级管理部门和当地有关负责人。规

划通过评审委员会正式评审后，再根据评审委员会提出的修改意见进行局部修改，最后提交正式规划文本。如果规划未通过评审，还要根据评审委员会的修改意见重新写作或进行大规模修改，直至规划通过评审委员会正式评审为止。

6. 调整与完善

已通过评审的规划，经有关政府部门的批准便可实施，用于指导旅游地或旅游景区(点)的开发与建设。然而，在规划的实施过程中，遇有政治、经济、军事和自然等不可预见性突发事件或灾害，往往会造成规划与实际情况的偏差，这时就要求对规划进行及时的调整与完善，从而保证规划对旅游业的发展具有科学、实际的指导意义。

8.3 旅游交通规划的内容

8.3.1 总目标和分阶段目标

旅游交通划的总目标，是指规划期末旅游交通发展将要达到的定性和定量指标。分阶段目标则是指各规划阶段所应选到的定性与定量指标。定性指标一般是指国际、国内或地区的某种发展水平。定量指标包括旅客运力、交通站场的规模、数量和布局，各种交通工具的数量和比例，通线路的长度及布局等。

8.3.2 旅游公路运输专项规划

1. 旅游公路运输规划主要内容

旅游公路专项规划的主要内容，包括公路方式的地位与作用，公路客运站场的规模、数量和布局，公路线路的长度、等级及布局，旅游汽车的数量与档次。一般而言，它是旅游规划地内部交通的主导方式。

2. 旅游公路运输规划主要技术指标

1) 公路等级

根据中华人民共和国行业标准《公路工程技术标准》(JT GB01—2003)的规定，我国公路根据功能和适应的交通量分为以下5个等级。

(1) 高速公路为专供汽车分向分车道行驶并应全部控制出入的多车道公路。其中，四车道高速公路应能适应将各种汽车折合成小客车的年平均日交通量25 000～55 000辆；六车道高速公路应能适应将各种汽车折合成小客车的年平均日交通量45 000～80 000辆；八车道高速公路应能适应将各种汽车折合成小客车的年平均日交通量60 000～100 000辆。

(2) 一级公路为供汽车分向分车道行驶并可根据需要控制出入的多车道公路。其中，四车道一级公路应能适应将各种汽车折合成小客车的年平均日交通量15 000～30 000辆；六车道一级公路应能适应将各种汽车折合成小客车的年平均日交通量25 000～55 000辆。

(3) 二级公路为供汽车行驶的双车道公路，应能适应将各种汽车折合成小客车的年平均日交通量5 000～15 000辆。

(4) 三级公路为主要供汽车行驶的双车道公路，应能适应将各种车辆折合成小客车的年平均日交通量 2 000～6 000 辆。

(5) 四级公路为主要供汽车行驶的双车道或单车道公路。其中，双车道四级公路应能适应将各种车辆折合成小客车的年平均日交通量 2 000 辆以下；单车道四级公路应能适应将各种车辆折合成小客车的年平均日交通量 400 辆以下。

2) 公路等级选用的基本原则

(1) 公路等级的选用应根据公路功能路网规划交通量并充分考虑项目所在地区的综合运输体系远期发展等经论证后确定。

(2) 一条公路可分段选用不同的公路等级或同一公路等级不同的设计速度、路基宽度，但不同公路等级设计速度路基宽度间的衔接应协调，过渡应顺适。

(3) 预测的设计交通量介于一级公路与高速公路之间时，拟建公路为干线公路时宜选用高速公路，拟建公路为集散公路时宜选用一级公路。

(4) 干线公路宜选用二级及二级以上公路。

3) 公路交通量换算

我国公路交通量换算以小客车为标准，见表 8-1。

表 8-1 各汽车代表车型与车辆折算系数

汽车代表车型	车辆折算系数	说　明
小客车	1.0	小于等于 19 座的客车和载重量小于等于 2t 的货车
中型车	1.5	大于 19 座的客车和载重量 7t 的货车
大型车	2.0	载重量大于 7t 小于等于 14t 的货车

4) 公路设计速度

我国公路根据等级、作用和地理条件的不同分别规定不同的设计速度。

一级公路作为干线公路时设计速度宜采用 100km/h 或 80km/h，一级公路作为集散公路时，应根据混合交通平面交叉间距等因素设计速度宜采用 60km/h 或 80km/h。

二级公路作为干线公路时设计速度宜采用 80km/h。二级公路作为集散公路时，混合交通量较大，平面交叉间距较小的路段设计速度宜采用 60km/h。二级公路位于地形地质等自然条件复杂的山区，经论证该路段的设计速度可采用 40km/h。

高速公路设计路段不宜小于 15km，一、二级公路设计路段不宜小于 10km。不同设计速度的设计路段间必须设置过渡段。

5) 公路交叉

(1) 高速公路的交叉：高速公路与各级公路交叉必须采用立体交叉，符合下列条件者应设置互通式立体交叉。

① 高速公路与通往市县级及其以上城市或其他重要政治、经济中心的主要公路相交时。

② 高速公路与通往重要的工矿区、港口、机场、车站和游览胜地等的主要公路相交时。

③ 高速公路与连接其他重要交通源的公路相交而使该公路成为其支线时。

（2）一级公路的交叉：一级公路与交通量大的公路交叉应采用立体交叉，符合下列条件者应设置互通式立体交叉。

① 一级公路与通往市县级及其以上城市或其他重要政治、经济中心的主要公路相交时。

② 一级公路与通往重要的工矿区、港口、机场、车站和游览胜地等的主要公路相交时。

③ 采用平面交叉冲突交通量较大通过渠化或信号控制仍不能满足通行能力要求时。

④ 经对投资成本运营费用和安全性分析，设置互通式立体交叉的效益投资比和社会效益等大于设置平面交叉时。

（3）相邻互通式立体交叉的间距：相邻互通式立体变叉的间距应不小于 4km。受地形条件或其他特殊情况限制，经论证相邻互通式立体交叉的间距需适当减小时，其上一互通式立体交叉加速车道终点至下一互通式立体交叉减速车道起点之间的距离不得小于 1 000m，且应设置完善醒目的标志标线和视线诱导标等交通安全设施。相邻互通式立体交叉的间距小于上述规定的 1 000m 最小值且经论证必需设置时，应将两互通式立体交叉合并设置为复合式互通式立体交叉。

相邻互通式立体交叉的最大间距不宜超过 30km。在人烟稀少地区其间距可适当加大但应在适当位置设置 U 形转弯设施。

3. 汽车客运站规划指标

根据国家交通业标准《汽车客运站级别划分和建设要求》（JT/T 200—2004）的规定，我国汽车客运站划分为 5 个级别以及简易站和招呼站。

1）一级车站

旅客日发送量 10 000 人次以上；省、自治区、直辖市及其所辖市、自治州（盟）人民政府和地区行政公署所在地，如无 10 000 人次以上车站的可选取日发送量 5 000 人次以上具有代表性的一个车站；位于国家级旅游区或一类边境口岸，日发送量 3 000 人次以上的车站。

2）二级车站

日旅客发送量在 5 000 人次以上：县以上或相当于县人民政府所在地，如无 5 000 人次以上的车站，可选取日发送量 3 000 人次以上具有代表性的一个车站；国家确定的旅游景区和重要边境口岸，设施、设备符合二级车站必备各项的车站；位于省级旅游区或二类边境口岸，日发送量 2 000 人次以上的车站。

3）三级车站

日旅客发送量在 2 000 人次以上的车站。

4）四级车站

日旅客发送量在 300 人次以上的车站。

5）五级车站

日旅客发送量在 300 人次以下的车站。



6）简易站

达不到五级车站要求或以停车场为依托，具有集散旅客、停发客运班车功能的车站。

7）招呼站

达不到五级车站要求，具有明显的等候标志和候车设施的车站。

8.3.3 旅游航空运输专项规划

1. 旅游航空运输规划主要内容

旅游航空运输专项规划的主要内容，包括航空方式的地位与作用，在旅游交通总运力中所占的比例，民用机场的数量、等级和选址，航空线路的性质、长度、密度及布局，民用客机机队的规模与结构等。一般而言，它是以国际旅游者为主要客源市场的大、中旅游城市和边远旅游地的对外旅游交通主导方式。

2. 民航运输线路主要技术指标

1）空中航路

空中航路是指根据地面导航设施建立的供飞机作航线飞行之用的具有一定宽度的空域。该空域以连接各导航设的直线为中心线，规定有上限和下限的高度和宽度。

民航航路是由民航主管当局批准建立的一条由导航系统划定的空域构成的空中通道，在这个通路上空中交通管理机构要提供必要的空中交通管制和航行情报服务。

民航航路的宽度取决于飞机能保持按指定航迹飞行的准确度、飞机飞越导航设施的准确度、飞机在不同高度和速度飞行的转弯半径。按国际民用航空公约规定，当两个全向信标台之间的航段距离在50海里(92.6km)以内时，航路的基本宽度为航路中心线两侧各4海里(7.4km)；如果距离在50海里以上时，根据导航设施提供飞机航迹引导的准确度进行计算，可以扩大航路宽度。

对在空中航路内飞行的飞机必须实施空中交通管制。为便于驾驶员和空中交通管制部门开展工作，空中航路具有明确的名称代号。国际民航组织规定航路的基本代号由个拉丁字母和1～999的数字组成。A、B、G、R用于表示国际民航组织划分的地区航路网的航路，H、J、V、W为不属于地区航路网的航路。对于规定高度范围的航路或特定飞机飞行的航路，则在基本代号之前增加个拉丁字母，K表示直升机使用的低空航路，U表示高空航路，S表示超音速飞机用于加速、减速和超音速飞行的航路。

《中华人民共和国飞行基本规则》(中华人民共和国国务院、中央军委令第288号)第15条规定，航路分为国际航路和国内航路。航路的宽度为20km，其中心线两侧各10km；航路的某一段受到条件限制的，可以减少宽度，但不得小于8km。航路还应当确定上限和下限。

2）空中走廊

空中走廊是在两点连线的两侧各有一定宽度的空中飞行通道。供航空器在走廊内实施点与点之间的飞行。设置空中走廊的目的，是使航空器严格在走廊区域内进行飞行，避免航空器进入走廊之外的限制区域。北京、上海、广州、成都、西安、沈阳等大城市都设有空中走廊。飞机去这些大城市的机场，不可随意飞越城市上空直接去机场，而必须先飞向

指定的地点(即走廊口)，然后沿着空中走廊，再飞向机场降落。

《中华人民共和国飞行基本规则》第21条规定：空中走廊通常划设在机场密集的大、中城市附近地区上空，空中走廊的划设应当明确走向、宽度和飞行高度，并兼顾航空器进离场的便利。空中走廊的宽度通常为10km，其中心线两侧各5km。受条件限制的，其宽度不得小于8km。

3) 民航航线

民航航线是指民用运输飞机在始终和中途经停机场之间的飞行路线。根据所跨越的地理区域，航空运输线路可分为洲际航线、国际航线和国内航线，我国一般把航线分为国际航线、地区航线、国内干线和地方航线。

洲际航线是指联系世界各大洲的航线；国际航线是指联系国与国的航线；地区航线在我国特指内地通往港澳等特区的航线；国内干线是指连接全国政治、经济中心各大城市的航线；地方航线，或称支线航线，是指省(直辖市、自治区)内通往本省(直辖市、自治区)各地的航线。此外，我国连接旅游热点城市的国内航线在习惯上还被称为旅游航线。

3. 民用机场主要技术指标

1) 民用机场的定义及类型

(1) 机场的定义：国际民航组织将机场(航空港)定义为供航空器起飞、降落和地面活动而划定的一块地域或水域，包括域内的各种建筑物和设备装置。

(2) 民用机场的功能类型：机场可分为军用机场和民用机场，民用机场主要分为运输机场和通用航空机场。民用运输机场规模较大、功能较全、使用较频繁、知名度也较大。通用机场主要供专业飞行之用，使用场地较小，规模较小，功能较单一；对场地的要求不高，设备也相对简陋。

民用机场根据运输功能可分为以下几种。

① 国际机场：为国际航班出入境而指定的机场，须有办理海关、移民、公共健康、动植物检疫和类似程序手续的机构。

② 门户机场：国际航班第一个抵达和最后一个始发地的国际机场。

③ 国内机场：供国内航班使用的机场。

④ 地区机场：经营短程航线的中小城市机场。

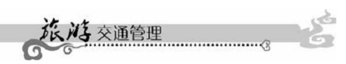
⑤ 轴心机场：有众多进出港航班和高额比例衔接业务量的机场。

⑥ 备降(用)机场：由于技术等原因预定降落变得不可能或不可取的情况下，飞机可以前往的另一机场。

2) 机场飞行区

(1) 国际惯例。根据国际惯例，飞行区等级用两个部分组成的编码来表示。第一部分是数字，表示飞机性能所对应的跑道性能和障碍物的限制。第二部分是字母，表示飞机的尺寸所要求的跑道和滑行道的宽度。因而对于跑道来说，飞行区等级的第一个数字表示所需要的飞行场地长度，第二位的字母表示相应飞机的最大翼展和最大轮距宽度。

对于起飞重量超过5 700kg的飞机，为了准确地表示飞机轮胎对地面压强和跑道强度之间的关系，国际民航组织规定使用飞机等级序号(Aircraft Classification Number，ACN)和道面等级序号(Pavement Classification Number，PCN)方法来决定该型飞机是否



可以在指定的跑道上起降。

PCN 数是由道面的性质、道面基础的承载强度经技术评估而得出的，每条跑道都有一个 PCN。CAN 数则是由飞机的实际重量、起落架轮胎的内压力、轮胎与地面接触的面积，以及主起落架机轮间距等参数由飞机制造厂计算得出的。ACN 数和飞机的总重只有间接的关系，如 B747 飞机由于主起落架有 16 个机轮承重，它的 ACN 数为 55；B707 的 ACN 数为 49，而它的总重只有 B747 的 2/5，两者的 CAN 数相差却不大。当 ACN 值小于 PCN 值时，此类型飞机可以无限制的使用这条跑道。在一些特殊情况下，飞机可以在 ACN 值大于 PCN 值 5％～10％时使用这一跑道，但这会使跑道使用寿命缩短。

（2）我国的规定。根据我国强制性国家标准《民用航空运输机场飞行区技术标准》(MH5001—2000)规定，我国民用机场飞行区划分指数如下。

机场飞行区应按指数Ⅰ指数Ⅱ进行分级，以使该机场飞行区的各种设施的技术标准能与在这个机场上运行的飞机性能相适应。

飞行区指标 I：按使用机场跑道的各类飞机中最长的基准飞行场地长度，分为 1、2、3、4 四个等级。

飞行区指标 II：按使用该机场飞行区的各类飞机中的最大翼展或最大主起落架外侧边的间距分为 A、B、C、D、E、F 六个等级，两者中取其较高等级。

3）航站区

（1）航站区等级：根据我国强制性国家标准《民用航空运输机场飞行区技术标准》(MH5001—2000)规定，民用机场旅客航站区指标应按影响机场旅客航站楼规模的机场年旅客吞吐量的数值划分。

（2）首都机场航站区建设：首都机场是我国的门户机场和大型国际航空港。2004 年有东、西两条平行跑道和 1 号、2 号两座航站楼，年客运吞吐能力为 3 500 万人次，2005 年达到饱和。2004 年 3 月 28 日，北京首都机场扩建工程举行开工奠基仪式。通过本期扩建，首都机场将实现 3 个目标——“枢纽机场功能、满足北京奥运会需要、塑造国门崭新形象”。

根据国家批准的建设规模，本次扩建目标年为 2015 年，设计年旅客吞吐量 6 000 万人次、年货运吞吐量 180 万吨、年飞机起降 50 万架次。新建第 3 条跑道及飞行区、3 号航站楼等各项配套设施，工程总投资 194.5 亿元。其中的主体工程——建筑面积 428 万平方米的 3 号航站楼，不仅外形大气宏伟，而且内部拥有快捷的旅客捷运系统，采用自动分拣和高速传输的行李系统和高度集成可靠的信息系统，充分体现以人为本和绿色奥运的理念，将成为北京新的标志性建筑。新建的第三条跑道长 3 800m，宽 60m，新增机位 94 个，可满足空客 A380 大型飞机起降。而目前首都机场跑道宽度尚不能满足 A380 的起降要求。为满足 2008 年奥运需要，此次扩建在 2004 年 3 月底开工，2007 年底竣工。

北京市将为机场扩建工程配套投资建设进场交通工程，包括新建第二机场高速路和东直门轨道交通，直达新航站区；新建机场北线一级公路，连接京承高速和机场北面的新货运区；新建李天高速路，连通机场高速、第二机场高速路和六环路。拟建的第二条高速公路(机场东线)有两个方案：其一是从京通快速路的定福庄站直达机场北门，绕经五环外、六环内，这里也是将来的新迎宾大道；其二是由亮马桥向东，直达首都机场。

8.3.4 旅游水路运输专项规划

1. 旅游水运规划主要内容

旅游水运专项规划的主要内容，包括水路运输方式的地位与作用，港口与码头的规模、等级、数量和选址，水运线路的长度、数量、航道等级及布局，客船和游船船队的规模和档次结构。一般而言，它是沿海、内河旅游城市的内部旅客运输的主导方式之一，更重要的是特色观光和水上娱乐方式。

2. 旅游水路运输规划主要技术指标

1）水路运输航道

（1）航道的定义：《中华人民共和国航道管理条例》第30条对航道的定义为，航道指中华人民共和国沿海、江河、湖泊、运河内船舶、排筏可以通航的水域。

（2）水路运输航道的类型：我国的航道分为国家航道、地方航道和专用航道。

国家航道是指构成国家航道网、可以通航500吨级以上船舶的内河干线航道；跨省、自治区、直辖市，可以常年(不包括封冻期)通航300吨级以上(含300吨级)船舶的内河干线航道；可通航3 000吨级以上(含3 000吨级)海船的沿海干线航道；对外开放的海港航道；国家指定的重要航道。

专用航道指军事、水利电力、林业、水产等部门及其企事业单位自行建设和使用的航道。

地方航道是指国家航道和专用航道以外的航道，包括可以常年通航300吨级以下(含不跨省可通航300吨级)船舶的内河航道；可通航3 000吨级以下的沿海航道及地方沿海中小港跨省间的短程航道；非对外开放的海港航道；其他属于地方航道主管部门管理的航道。

根据水路运输的地理特征，水路运输航道还可分为海洋运输航道和内河运输航道。海洋运输航道又可细分为沿海、近洋和远洋运输航线。

2）水路运输港口

（1）港口：港口是位于江、河、湖、海、水库和人工运河沿岸、具有一定的水、陆条件和设施，供船舶停靠、上下旅客、装卸货物和补给燃料物品等，设有港务管理机构，年旅客吞吐量在1万人次以上或货物吞吐量在1万吨以上的地方。

（2）港口客运站：港口客运站由旅客站房、客运码头、站前广场三部分构成。

旅客站房是客运站的主体部分，包括售票处、行包房、候船室以及办公用房等。

客运码头是供船舶停靠和旅客上下的建筑物。码头上可供一艘船舶停靠的位置称为泊位，可停靠万吨级以上船舶的泊位称作深水泊位，可停靠1 000～9 000吨级船舶的称作中级泊位，可停靠1 000吨级以下船舶的称作小泊位。

站前广场是联系水路与城市交通的纽带，是客流、物流和车流集中的场所，同时也是旅客室外活动和休息的场所。它一般包括人行通道、交通岛、旅客活动平台和绿化带等旅客活动地带，公交车、行李车、小客车等各类车辆的停车场，以及由饭店、餐馆、邮局、银行、长途汽车站等组成的旅客综合服务区。

3）水路运输船舶

船舶是水路客货运输的载体和工具，用于民用运输的船舶主要有客船、货船和其他船舶(如渡船、驳船等)。

用于旅客运输和游览观光的主要是客船，客船根据其功能还可细分为旅客运输船、客货两用运输船、提供食宿的大型游船和不提供食宿的小型游船(如游艇、竹筏、手划船等)。

8.3.5　旅游铁路运输专项规划

1. 旅游铁路运输规划主要内容

旅游铁路运输专项规划的主要内容，包括铁路运输方式的地位与作用，火车站的数量和布局，铁路线路的长度、等级及布局，旅客列车和旅游专列的数量与档次结构等。一般而言，它是铁路沿线旅游城市特别是以国内旅游者为主要客源市场旅游地的对外旅游交通主导方式。在面积较大的旅游城市和省份，它还可能成为内部旅游交通的主导方式之一。

2. 旅游铁路运输规划主要技术指标

1）铁路线路

铁路线路是供客货列车行驶的专用轨道线路。《铁路线路设计规范》(GB 50090—2006)将我国铁路线路划分为以下3个等级。

一级铁路：铁路网中起骨干作用的铁路，远期(交付使用后第10年，下同)年客货运量大于或等于20百万吨者。

二级铁路：铁路网中起骨干作用的铁路，远期年客货运量小于20百万吨者；或铁路网中起联络、辅助作用的铁路。远期年客货运量大于或等于10百万吨者。

三级铁路：为某一区域服务具有地区运输性质的铁路，远期年客货运量小于10百万吨者。

注：年客货运量为重车方向的货运量与由客车对数折算的货运量之和，每天一对旅客列车按每年1百万吨货运量折算。

2）铁路旅客车站

铁路旅客车站是为旅客办理客运业务，设有旅客候车和安全乘降设施，并由站前广场、站房、站场客运建筑三者组成的车站。

铁路旅客车站的建筑规模，根据旅客最高聚集人数划分为以下四级。

(1) 特大型车站：大于或等于10 000人次。

(2) 大型车站：小于10 000人次，大于或等于2 000人次。

(3) 中型车站：小于2 000人次，大于400人次。

(4) 小型车站：小于或等于400人次，大于等于50人次。

3）旅客列车

(1) 机车：机车是客货列车的牵引动力车，除基本被淘汰的蒸汽机车外，机车还有电力机车和内燃机车两种，其中，电力机车是我国，也是世界多数国家今后发展的主导机型。

(2) 车辆：铁路车辆是在铁路上运送旅客和货物的车厢，一般没有动力装置，客运车辆主要有硬座车、软座车、硬卧车、软卧车、餐车、行李车等车型。

(3) 旅客列车：铁路客运车辆按规定条件编组，挂上机车和规定的列车标志，配备列车服务员，并被指定运行车次时，即成为铁路旅客列车、旅游列车或客货列车。

我国铁路旅客列车的编组，在每次运行图实行期间都相对固定。编组的依据是铁道部和铁路局根据客流密度、列车种类、机车功率、线路情况、站线和站台长短等因素颁布的《旅客列车编组表》，每对列车的编组辆数、编组结构及车辆编挂次序一般不动，往返于起始站与终点站之间。经过沿途各站时，除特殊情况外，通常只有旅客上下，而无车辆的摘挂。这种固定连挂在起的车列，称为客车固定车底。在一般情况下，长途旅客列车的固定车底都编有硬座车、硬卧车、软卧车、餐车、行李车、邮政车。短途旅客列车编有硬座车、软座车、行李邮政车。

为标识列车的性质和等级，便于列车运行组织和管理，每类列车都给予一定的编号，即车次。车次用阿拉伯数字表示，数字前加上列年种类汉语拼音的首个字母。铁路部门规定，T 读特、K 读快、L 读临、Y 读游。原则上规定，开往首都或由支线开往干线的列车为上行列车，编为双号车次；反之为下行列车，编为单号车次。

近年来，我国快速铁路发展突飞猛进，出现了不同层次的快速列车。如动车，车次前冠有 D；高速列车，车次前冠有 G；准高速列车，车次前冠有 Z。

8.3.6 旅游特种交通专项规划

1. 旅游特种交通专项规划的主要内容

旅游特种交通专项规划包括特种交通方式的地位与作用，特种交通的数量和线路布局、客运站场、客运工具、客运线路等。旅游特种交通参与性强、特色突出。

1) 旅游特种交通的地位和作用

随着中国城市化进程的加快，人们在高效率、快节奏的城市生活压力下，越来越渴求一种释放的方式，旅游活动成为抒发情怀的普遍方式。旅游目的地的特种变通方式，成为人们参与、体验旅游活动的主要途径之一。旅游特种交通方式或传统、或现代，都能使旅游者体验到新奇、刺激的快乐感觉；同时特种变通也是对其他交通方式的补充，是旅游开发规划中不可缺少的部分。

2) 旅游特种交通规划原则

旅游特种交通专项规划根据旅游景区的地理环境、旅行习俗、科技发展水平等因素，因地制宜进行设计，确定旅游特种交通客运站场、客运线路、客运工具等内容。

(1) 遵循“宜隐宜藏”的规划方法。

旅游特种交通规划要选定适宜线路，既能满足游人观景、参与的需求，又不破坏景区的自然风貌，要藏而小露、相得益彰，尤其是索道交通规划更要“宜隐宜藏”，索道交通线较长而且体量大，规划不好就会成为破坏景致的败笔。例如，许多我国著名的旅游景点，以险峻秀美的山峦而著称，但是索道线路却占据了风景区良好的风景线和最明显的视线点，破坏了自然景观。

(2) 符合旅游景区的地域文脉特征。

旅游者通过乘坐特种交通客运工具，能够在参与过程中体验地域文化。

① 在传统民族文化浓郁的地区，要传承其地域传统特种交通方式，使游人体味到原汁原味的地域文化。例如，在世界闻名的意大利水上城市威尼斯，游人乘坐当地特有的水上交通工具——贡多拉游览市容。贡多拉是长 12m，宽 1.7m，两头高翘、望月牙形的黑色平底船，十分适合航行在狭窄而又水浅的河道上，使游人能尽情领略威尼斯风光。每条船可坐 6 人，由一名船夫驾驶，即使进入冬季，游客乘坐贡多拉的兴致仍然不减。

② 对经济发达的商务旅游目的地城市，特种交通方式往往是现代科学技术的体现，使游客体验科技的进步。例如，上海运营的磁悬浮列车就是现代特种交通方式的代表。

③ 规范操作，确保安全。旅游特种交通工具种类多样，运行环境、技术要求各异，确保其安全运行尤为重要。因此，特种变通工具必须在专业的向导或技术人员指导下使用，并定期检修，保证安全的运行环境。

2. 旅游特种交通专项规划的特征

特种旅游交通方式的客运站场、客运工具、客运线路多种多样，无统一固定模式，主要从事游览性运输活动。其主要运输优势表现为类型繁多、游览性强、文化含量高和价格较低(特种现代方式除外)。其劣势主要是灵活性差、客运功能弱(有些甚至不具备客运功能)、舒适性差(特种现代方式除外)。

8.4 交通规划的综合评价

8.4.1 评价在交通规划中的地位与作用

评价是指依据明确的目标确定系统的属性，并把这种属性转化为主观价值，同时通过评价指标来反映事物价值的过程。旅游交通系统是一个综合、复杂、开放、动态的大系统，如何评价该系统的运行状况、存在问题及可能发挥的潜力？如何评价旅游交通规划方案对未来交通需求发展的适应性？如何反馈和检验规划的实施效果？这些都是进行旅游交通规划所必须要解决的问题。这些问题的解答，要求有一套科学的评价指标体系。

现代规划思想正朝着决策化过程迈进，这意味着规划将是一个科学的、民主的、动态的集体思维过程，价值体系和评价分析是贯穿于整个规划决策过程的一个关键内容。在规划之前，评价的作用是进行现状分析，研究存在的问题及其成因；在规划设计过程中，评价可以作为设计者的一个辅助工具，引导他们做出较优的方案；在方案实施以后，借助于评价分析可以明了实施方案的效果，并对营运状况进行检测反馈。

评价不等于决策，而是辅助决策的一个必要的手段。评价为决策过程的各种参与者，如规划师、领导者阶层以及公众进行决策提供现实依据和度量准绳。为了帮助决策的制定，评价工作应阐明所用的假设和前提，规定评价分析的范围和可信性。旅游交通规划是一项综合性、社会性很强的工作，尤其需要注意这一点。科学的评价分析不仅依靠科学的评价方案和指标，更需要可信的数据资料，在明确了评价指标体系和评价方法以后，数据资料的收集工作应与之相适应。



总结评价在交通规划过程中的作用或目的，主要包括以下 3 个方面。

（1）评价是确定每一个备选方案价值并进行优劣排序的过程。其中要解决两个关键问题，一个是如何衡量方案的价值；二是正确估计实施方案的费用、效益来源及实际选择。

（2）评价可为决策者提供政策建议的影响、权衡轻重和不确定性的主要方面等信息。不仅要明确影响的程度，而且要指出每一备选方案影响的团体、阶层或社区，包括积极的影响和消极的影响。

（3）评价还要为规划人员提供一种对旅游交通系统进一步研究改进的机会。评价不仅是规划人员与决策人员联系的桥梁，也将旅游交通规划中的每一步研究工作联系在一起。

8.4.2 综合评价工作流程

旅游交通系统属于多层次、多因素、多目标的复杂系统。对这样一个复杂系统，仅考虑某一两个方面或靠人为分析是不够的，也是不合适的，而应该运用科学的方法，从技术、经济、社会等方面综合考虑该系统及其与周围环境的相互作用，从而对旅游交通规划的备选方案进行全面系统的定性和定量分析，以度量不同方案的相对价值，为旅游交通规划方案的选择提供科学的判别依据。

所谓综合评价就是在各部分、各阶段、各层次子系统评价的基础上，谋求规划系统整体功能的“最优”调节，同时，在系统整体优化过程中。不断向决策者提供各种关联信息。综合评价是一项十分复杂而细致的工作，其工作流程如图 8－1 所示。

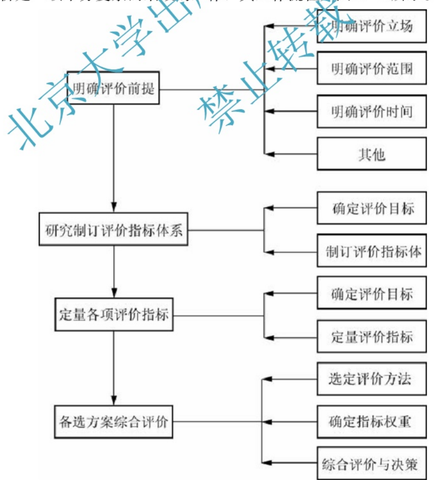


图 8－1 综合评价工作流程图



1. 明确评价前提

首先须明确评价立场，即明确评价主体是系统使用者，还是系统经营与管理者，抑或是二者兼而有之或其他受影响者，这对于评价目标的确定、评价指标的选择都有直接的影响。旅游交通规划是为旅游决策部门制定政策服务的，因此，评价必须是以人民生活水平的提高、社会经济的发展、环境质量的改善以及旅游资源的高效利用为根本出发点。

其次，要明确评价的范围和时期，即评价对象涉及哪些地区和部门，评价处于规划研究的哪个时期。如城市交通规划涉及面广，较为复杂，涉及城建、公交、交警、环保、园林、文物、市场、绿化等部门。这些须在评价前确定下来，以便尽可能地组织各方参与评价工作。而旅游交通规划更涉及景区可持续发展的大计，必须在此之前确定设计的地区和部门。至于评价的时期，一般分为初期评价、中期评价、终期评价和跟踪评价 4 个阶段。不同时期的评价目的和评价要求各不相同，其评价方法也不完全一样，一般是以定性分析为主，再过渡到定量分析。

2. 研制评价指标体系

综合评价指标体系通常具有多层次结构。首先要确定评价目标，这是评价的依据。综合评价从广义上说是对人类实践活动进行选择和优化的过程，它研究人们的实践活动与其宗旨和目标的接近程度及其所需付出代价的大小，进而指导人们优化、优选合适的行为决策。目标也是分层次的，可分为总目标和具体目标。旅游交通规划方案的综合评价总目标应是整体评价备选方案并选择最佳方案，具体目标要根据方案的性质、范围、类型、条件等确定。目标结构确定之后，就要建立评价指标体系，评价指标和标准可以说是目标的具体化，根据具体目标设立相应的评价指标。建立合理的科学的评价指标体系是评价分析研究的主要任务之一，应遵循以下基本原则。

(1) 科学性原则。确立的评价指标必须能够科学地、合理地、客观地反映旅游交通系统的技术性能、经济效益和社会环境影响。

(2) 可比性原则。评价不是监测。监测只需对某一个体进行客观的描述，不涉及价值体系；而评价必须以价值为依据来考察不同个体之间、个体与标准之间的相对优劣，因此，必须是在平等的、可比的价值体系下才能进行，否则就无法判断不同旅游交通规划方案的相对优劣。同时，可比性必然要求可测性，没有可测性的指标是难于比较的，故评价指标要尽量建立在定量分析基础之上。

(3) 可行性原则。评价指标必须定义确切，意义明确，并且力求简明实用。

(4) 综合性原则。旅游交通规划评价指标体系应全面地、客观地、综合地反映交通系统(方案)的性能和效果。

3. 定量各项评价指标

要定量各项评价指标，必须首先确定相应的量化标准。每项评价指标都应有详细的评价标准，对于可用货币、时间、材料等衡量的指标，可进行定量的分析评价、对社会、自然环境等的影响评价，有些方面则只能先做定性分析，然后确定量化方法。对每项评价指标，均须规定计算方法，并对评价标准做恰当的说明。评价标准确定后，就可依据该标准对评价指标进行划分。在确定评价指标的量值时，可采用直接定量、模糊定量或等级定量

等方法，视具体指标的特点分别加以应用。

4. 备选方案综合评价

首先，须确定综合评价方法，即各指标间的相互关系及其对总目标的贡献确定各项指标的合并计算方法。下层指标值复合成上层指标值需借助一定的合并规则，常用的有加法规则、乘法规则、指数运算规则、取大规则、取小规则、代换规则、定量规则等，各种规则还可和“权”配合使用。另外，也可以以上述规则为基础进行某种组合和修正，选取合并规则时应考虑到指标的含义和相应的合并目的。然后，根据各指标的重要性确定合并计算中相应的权重系数值，常用的方法有层次分析法、熵法等。

最后，按选定的合并方法计算上层指标的值。如果评价指标体系有多个层次，则逐层向上计算，直至得到第一层指标的值为止，并据此排出各备选方案的优劣顺序，进行分析和决策。

8.4.3 旅游交通规划评价目标体系与评价指标

1. 旅游交通规划评价目标体系

旅游交通运输业是联系旅游者和旅游资源的纽带，是国民经济的主要产业之一。为了使旅游交通系统的发展适应城乡经济发展和人民生活需要，同时符合科学发展观的要求，实现安全高效、资源节约、环境友好的旅游交通发展目标，所制定的旅游交通规划方案应具有如下特点。

(1) 充分性：旅游交通规划方案必须在适当的原则下能为规划地域范围和规划年限内的游客运输需求提供设施和服务，满足人和物输送的高效性、安全性和可靠性的要求。

(2) 与总体交通规划的一致性：旅游交通规划要与区域和城市发展的总体规划相适应和相协调。通过旅游交通规划方案的实施可以保证区域和城市总体规划所确定的社会经济发展、土地利用开发、文化遗产保护等方面的目标能顺利实现。

(3) 与环境的一致性：旅游交通规划方案必须与环境发展的目标相一致。

(4) 可接受性：旅游交通规划方案必须能够为大多数人、政治团体、利益集团及其他可能反对方案实施的人们所接受。

(5) 财政可行性：旅游交通规划方案的投资必须在国家、地区或城市财力所允许的限度之内。

根据上述要求，对一个旅游交通规划方案的评价必须全面、客观、公正，不仅要对规划方案本身的技术经济性能和社会环境影响进行评价，而且还要对规划方案产生的过程进行评价。总体上说，旅游交通规划的评价目标体系包括 3 个方面的内容。

(1) 整体合理性：指该规划目标是否明确合理、规划机构和组织计划是否匹配、规划范围和规划年限是否恰当、规划过程是否完整连续。

(2) 协调性：指该交通规划与区域或城市的土地利用规划、城市总体规划相协调，近期规划与远期规划、专项旅游交通规划与综合旅游交通规划相协调。

(3) 实施效果：该交通规划的实施效果如何，既要在方案实施之前充分估计，叫

做事前考察；又要在方案实施之后进行检验反馈，叫做事后考察。考察的内容通常包括：旅游交通规划方案实施后的服务效果、安全效果、经济效益、社会效益、环境效益等。

2. 交通规划方案的技术经济指标

要衡量旅游交通规划方案的充分性、适应性、协调性和可行性，必须通过一系列技术经济指标的定性定量分析和评价才能达到。涉及旅游交通系统的评价指标多达几十种，对具体规划方案的评价，绝非评价指标越繁多、越细致就越好。精确的量化也不等于评价的准确。评价是为规划和决策服务的，因此，对于不同的服务对象和目的，评价的指标和方法可能不同。如一套评价指标对规划 A 可能恰好适用，对规划 B 却不够，对规划 C 则多余。评价指标选取的原则是以尽量少的指标，反映最主要和较全面的信息。此外，每项评价指标应具有独立性、可量化、通用性。

旅游交通规划方案的技术经济指标大致包括以下几个方面。

(1) 相对规模指标：这类只表示将旅游交通设施的规模指标与地区经济、用地、人口等社会经济指标相对比较，用可比的指标进行评估分析。

(2) 等级结构指标：这类指标是指旅游交通网络系统中不同等级或标准的交通设施的相对比重，如同公路网中高速公路、一级、二级、三级、四级及公路所占的相对比重一样。

(3) 布局形态指标：如道路的连通度、重复系数等。

(4) 投资费用指标：这类指标主要指不同规划方案的投资费用大小，这项指标可以进行细分。

8.4.4 旅游交通规划方案的服务性能与社会环境影响

如前所述，衡量旅游交通规划方案的优劣主要指标是游客及其物品运输的高效性、安全性、可达性等，亦即旅游交通系统的服务性能的优劣。此外还需要考虑对社会环境的影响，是否有利于人类和自然的可持续发展。

旅游交通系统的服务性能指标包括：旅游交通设施的饱和度，人、物、车的运送速度，车内人均享有的空间，乘客的舒适度，安全性等。旅游交通系统对社会环境的影响体现在政府两个方面：正面包括可达性高、扩大市场、增加容量、方便游客等；负面影响包括对自然、人文遗产的破坏，生态环境的恶化等。

8.5 旅游交通规划实例分析

本节将对两个不同类型的旅游交通规划进行分析，以此佐证制定旅游交通规划的方法和技巧。由中国旅游协会咨询中心等单位制定并通过中外旅游专家评审的《三亚市旅游业发展战略》(1993 年 5 月)和《攀枝花市旅游业发展规划》(1994 年 3 月)，均达到国内同类规划的先进水平，分别是中国沿海特区城市和内陆山区城市旅游业总体发展规划的代表，其中的旅游交通专项规划各有其特点。

8.5.1 三亚市旅游交通专项规划分析

1. 分析要点

1）三亚市旅游业发展战略目标

到2000年，把三亚市初步建成经济富裕、文化发展、环境优美的热带国际滨海旅游城市。到2010年，进一步把该市建成以旅游为主导产业、以高科技产业和热带生态农业为依托，集观光、度假、商贸、金融、会议、娱乐、体育和进出口岸等多功能为一体的热带国际滨海旅游名城，成为经济繁荣、文化发达和环境优美的现代化城市。

三亚市各规划期旅游接待人数及旅游收入预测见表8-2。

表8-2 三亚市各规划期旅游接待人数及旅游收入预测

项目	1995年	2000年	2010年
国内旅游者/万人次	120～127.5	204～255	408～510
海外旅游者/万人次	18～22.5	36～45	72～90
国内旅游收入/亿元人民币	3.6～4.5	8～10	32～40
国外旅游收入/亿元人民币	0.6～0.7	1.2～1.5	4.8～6.0

2）旅游交通发展的优势及制约因素

(1) 优势：世界高品位的海滨、沙滩、热带气候、生态环境及优惠的特区政策等，对旅游交通投资者具有强烈吸引力。三亚海域宽阔，临近泰国帕塔亚和普吉岛、菲律宾宿务岛、马来西亚槟榔屿、印度尼西亚巴厘岛等东南亚著名旅游胜地，有利于发展海上游览和客运。

(2) 制约因素：三亚市地处中国南疆，海南岛南端，远离中国旅游中心城市和欧美旅游客源国。旅游交通基础设施薄弱，特别是缺乏国际航空机场及海运港口，岛内外旅游交通不畅。

3）制定旅游交通规划的思路

(1) 遵循市场需求导向原则，根据市场需求确定旅游交通运力规模和设施档次。

(2) 旅游交通建设适度超前，为旅游业的发展奠定交通基础。

(3) 坚持高起点、高标准原则，按照国际旅游滨海城市的标准、规范、惯例配置旅游交通服务设施，同时突出地方民族特色与风格。

(4) 岛外旅游交通以航空为主导方式。

(5) 岛内旅游交通以高速或高等级公路为主导方式。

(6) 确立以公路为主、以铁路和水运为辅的市内旅游交通系统。

(7) 充分发挥海洋优势，大力开展海上游览和客运活动，使之成为岛外交通的辅助方式。

2. 规划要点

1）旅游交通发展目标

规划期末三亚市将建立以航空为主、水运为辅的现代化岛外旅游交通系统；以高速公

路和高等级公路为主、高速铁路为辅的现代化岛内旅游交通系统；以高速和高等级公路为主、市郊铁路和沿海航线为辅的市郊旅游交通系统。

各规划期末对外旅游交通运力需求预测见表 8－3。

表 8－3　三亚市各规划期末对外交通运力需求预测

	1995 年	比例(%)	2000 年	比例(%)	2010 年	比例(%)
旅游交通运力总量	300	100	600	100	1 200	100
航空客运	70	23.3	200	33.3	400	33.3
陆路客运	205	68.3	335	55.8	700	58.3
水路客运	25	8.3	65	10.8	100	8.3

2）专项分期旅游交通规划

（1）旅游航空交通规划。

a. 近期阶段(1993—1995 年)：建设三亚市凤凰国际机场；筹建三亚市地方航空公司；开辟三亚至北京、上海、广州、西安、杭州、桂林、成都和沈阳等国内航空运输中心城市及旅游城市的航线，至中国香港、中国台湾(包机)、东京、新加坡和曼谷等近、中距离主要海外客源地的国际和地区航线。

b. 中期阶段(1996—2000 年)：随着航空客运量的增加和航线的延长，重点引进先进的中程客机；增辟至天津、哈尔滨、武汉、厦门、拉萨和汕头等旅游客源城市的国内航线，至中国澳门、汉城、马尼拉、吉隆坡、雅加达、法兰克福、伦敦、巴黎、莫斯科、洛杉矶、悉尼、马德里、罗马、温哥华和墨西哥等国际旅游客源城市的国际与地区航线。

c. 远期阶段(2001—2010 年)：扩建凤凰机场，重点增加远程宽体客机；基本开通三亚至全国各省会城市和重要旅游客源城市的国内航线，至海外第一、二、三级客源市场主要国家首都和航空中心城市的国际与地区航线。

（2）旅游公路交通规划。

a. 近期阶段(1993—1995 年)：在市区内建成比较完善的城市道路网络。改造田独至亚龙湾国家旅游度假区公路，由三级改为全封闭、全立交高速公路。改造市区至落笔洞旅游景点的公路，达二级标准。按期完成海南省环岛东线高速公路三亚市境内段工程。筹建旅游汽车公司，空调汽车在本市旅游汽车总数中比例达到 40%～50%。

b. 中期阶段(1996—2000 年)：市区二环路主要路口修建立交桥，提高进出市中心区的交通通行能力。修建凤凰机场—市区北侧—田独高速公路，提高由机场向市区和亚龙湾输送客源的效率。沿藤桥河修建游览公路，本着不破坏沿岸典型热带植物和与自然景观相协调的精神，公路建设可随地势起伏、蜿蜒，坡度与弯度不受公路标准的约束，但路面质量要求达到二级以上公路标准。改建、新建市区—荔枝沟—半岭水库—半岭温泉—福万水库—南岛农场—汤他水库—天涯海角—崖城—市区环形游览公路。空调汽车的比重达到 50%～85%。

c. 远期阶段(2001—2010 年)：建议海南省公路主管部门建设环岛西线高速公路，与环岛东线高速公路对接。修建田独至通什市高速公路。空调汽车比重达到 90%以上。



(3) 旅游铁路交通规划。

a. 近期阶段(1993—1995 年)：拆除市中心区内铁路，在北郊荔枝沟修建现代化客运车站，以确保三亚市区景观的完美性和城市功能的正常发挥。为保护全国著名旅游风景名胜区天涯海角景观的完美性，使之得以永续利用，还必须拆迁该风景名胜区内铁路，新修绕行马岭铁路，并修建具有民族风格的马岭客运车站。

b. 中期阶段(1996—2000 年)：改建安游经田独、荔枝沟、羊兰、马岭至崖城铁路为电气化复线铁路。以高效、无污染电力机车取代内燃机车，引进全封闭空调车厢。

c. 远期阶段(2001—2010 年)：建议海南省铁路主管部门修建海口至三亚环岛东线高速铁路。

(4) 旅游海路交通规划。

a. 近期阶段(1993—1995 年)：将三亚港改建为客运、游船港口。新建 5 000 吨级客运泊位 1 个。开辟三亚至海口、汕头、北海和厦门等国内航线，至中国香港、海防、马尼拉和横滨等国际和地区航线，至西沙群岛海上游览线路。

b. 中期阶段(1996—2000 年)：新建 2 万吨级泊位 1 个。开辟至福州、上海、青岛和天津等国内航线，至中国澳门、新加坡、曼谷、釜山和悉尼等国际和地区航线。开通三亚—曼谷—新加坡—滨城—雅加达—马尼拉—三亚国际海上游览线路。

c. 远期阶段(2001—2010 年)：建造 7 万吨级游船泊位 1 个。增辟至国内和亚太地区各主要沿海旅游城市的客运航线。开辟三亚—关岛—火奴鲁鲁—圣弗兰西斯科太平洋游览线路，以及三亚—印度洋—地中海—大西洋—太平洋—三亚环球游览线路。

8.5.2 攀枝花市旅游交通专项规划分析

1. 分析要点

1) 旅游业发展目标

到 20 世纪末，把攀枝花市发展成为四川和中国西南部的一个新兴旅游山城。到 21 世纪，把攀枝花市发展成为一个具有相当知名度的国际旅游山城。届时，她既是重要的工业城市，又是四季常春、山水园林一体、观光度假结合、避暑避寒兼备的旅游目的地。

攀枝花市各规划期旅游接待人数及旅游收入指标见表 8 - 4。

表 8 - 4 攀枝花市各规划期旅游接待人数及旅游收入指标

指标	1995 年	2000 年	2010 年
旅游总人次	35.6	134	313
其中：海外旅游者	0.27	0.49	1.56
旅游总收入	17 000	41 000	11 600
其中：外汇收入	11	39	187

2) 旅游交通发展的优势及制约因素

(1) 优势，攀枝花市为中国西南重要的钢铁、钒钛、水电重工业和能源基地。发展旅游业的优势有：经济基础雄厚，旅游交通基础设施建设的资金有保证；比较完善的工业道

路可用于旅游客运；居民收入较多，旅游交通需求旺盛。

（2）制约因素：攀枝花市位于中国西南内陆高山峡谷之间，远离国内及海外客源市场，交通运输条件较差，尤其是交通运输方式单一，且进一步发展受地理、地形限制较大。

3）制定旅游交通规划的思路

（1）凭借比较完善的工业道路和丰富的水利资源，建立以公路和水运为主、铁路为辅的内部旅游交通体系。

（2）根据边远山区旅游交通地理的特点和本市雄厚的经济基础，充分利用现有成昆铁路，建立以航空和铁路为主、公路和水路为辅的对外旅游交通体系。

（3）依托二滩大型水电站的建设，建立二滩水库环湖旅游公路及水上游览、客运码头。

（4）考虑到攀市横断山脉复杂的地形和以南亚热带为主较炎热的气候特点，重点发展中型、空调旅游车船。

2. 规划要点

1）攀枝花市旅游交通发展目标

到2010年，攀枝花市将建立以航空和铁路为主要对外旅游交通方式，以公路和水运为主要市内旅游交通方式，交通运输工具和设施先进，具有立体特征的现代化旅游交通体系。

2）分阶段旅游交通规划

（1）近期规划(启动期，1994—1995年)。

a. 完成成昆铁路攀枝花市境内段电气化改造工程。

b. 筹建攀市二级民用机场，并进行前期施工。

c. 市区内建设“五路二桥”(倮果大桥、渡口立交桥、宁华路、二红路、弄清路、渡仁西路、雅渡路)工程中的倮果大桥、渡口立交桥和渡仁西路。

d. 城乡公路建设，以修建二滩环湖旅游公路为重点，路基达三级标准，铺设简易路面。修建务本—大黑山12km旅游公路，达三级标准。开始分期分段改造攀巧路、平大路、渡华路、甸雅路四条十字形对外干线公路。

e. 从攀市特定的公路和气候条件考虑，应主要发展中型、空调旅游汽车，近期期末空调汽车占旅游汽车总数的10%左右。

（2）中期规划(拓展期，1996—2000年)。

a. 完成机场建设，开辟攀市至成都、昆明、北京、上海、广州等客运航线。

b. 开行成都—攀枝花“攀西裂谷”旅游专列，远期延伸至昆明。

c. 在完成“五路二桥”工程的基础上，修建环城过境公路，以减少过境车辆对城市中心区的干扰，最终实现市区内公路网络化。

d. 基本完成十字形对外干线公路的改造，达二级标准。二滩环湖旅游公路铺设柏油路面，达三级标准。修建宁华—龙潭溶洞7km旅游公路，改造务本——兰尖矿15km旅游公路，均达三级标准。修筑胜利乡—白坡山四级旅游公路。

e. 高坝平湖、健康和胜利水库等水上旅游区设立游船、客运码头。

f. 成立攀市旅游车船公司，购置游览和客运车船，开展旅游水陆联运。空调旅游汽车比重上升到30%左右。

（3）远期规划(发展期，2001—2010年)。

a. 增辟攀市至重庆、拉萨、海口、深圳、沈阳等国内航线，以及至泰国、新加坡、中国香港、中国台湾(待两岸通航后)等国家和地区航线。

b. 全线开通成都—攀枝花—昆明“攀西裂谷”旅游专列。

c. 市区及两县城区主要路口实现立交化，城市道路、过境公路、城乡公路功能分明，以减少相互干扰，形成以市区为中心、沟通三区两县和各旅游景区(点)的现代化公路网。


案例分析 8-1

河北丰宁县旅游交通专项规划分析

一、现状分析

丰宁满族自治县地处冀北山区，其主要的交通是公路，境内既有国道、省道，又有县道，总计长1 592km，其中国道225.2km，省道153.68 km，开辟客运线路82条，基本上贯通了丰宁县与周边县市的联系，以及县境内部的交通联系。

(1) 主要干线公路为：111国道、112国道、省道—虎丰线和沽丰线。

(2) 铁路有虎丰铁路(虎什哈—丰宁)，虎什哈至天桥段已于2000年建成通车。

(3) 丰宁现有的公路交通网络，北接内蒙古多伦，西接张家口沽源县，南连北京，东接承德、围场，基本上已构成了南来北往，东西贯通的交通网络，初步具备了发展旅游的基础条件。

从目前的公路的等级来看，丰宁境内的公路交通设施较为落后，现在的公路交通主要存在下面一些问题。

(1) 公路网密度小，线密度每百平方公里不足10km。

(2) 技术标准低，境内没有一级公路，二级路也只有5km，等外路占通车里程的60%。

(3) 道路缺桥少涵，通达性较差。

二、旅游交通规划目标

(一) 交通运量目标

根据丰宁县旅游发展的游客量预测规模，道路交通的运行车辆数见表8-5。

表8-5 丰宁满族自治县道路交通运行车辆数目表

分期		近期(2005年)			中期(2015年)			远期(2020年)		
游人数/万人		60.18			236.28			319.04		
日平均/人		2 229			8 751			11 816		
车辆		比例(%)	乘坐数/人	车辆数/辆	比例(%)	乘坐数/人	车辆数/辆	比例(%)	乘坐数/人	车辆数/辆
	小客车	5	111	37	5	438	146	10	1 182	394
	中客车	35	780	52	35	3 063	204	40	4 726	315
	大客车	60	1 330	43	60	5 250	175	50	5 908	197
总计		100	2 229	132	100	8 751	525	100	11 816	906

（二）旅游道路规划目标

丰宁满族自治县境内的旅游道路以观光车辆为主导，因此其道路容量不仅视交通容量能否满足而定，更主要的是能否保证游客快捷、安全和舒适地往返目标地区，节约旅游所耗时间，增加沿途旅游风光，衬托和提高旅游知名度。因此丰宁县境内的旅游道路的路面质量应高于以交通量测算目标的公路设计界线，县内的一些旅游道路甚至应该建设成为风景景观道路。

三、道路交通规划

丰宁满族自治县境内的旅游道路网络主要由主干道路、次干道路及停车场三大部分组成。

（一）主干道路

丰宁县旅游主干道路主要为从天桥乡经县城到坝上大滩的公路，其中部分为112国道，部分为省道沽丰路，这条道路是丰宁满族自治县旅游发展的主动脉，全长149.94km。其上连接着棒槌崖、白云古洞、云雾庄园、苏武庙、丰宁县城、喇嘛山风景名胜区、京北第一草原等多个旅游景区和景点。

目前该条道路的部分路段交通状况良好，属国道或省道，道路等级已达三级路面。随着旅游业的深入发展，此条道路作为连接县内外、省内外的交通命脉，需逐步改造成汽车专用道，以提高游客的车速，减少旅游者路上的堵留时间。

（二）次干道路

丰宁县境内的旅游次干道路，根据旅游资源的分布可分为两条环路和一条支路。

(1) 东北部环线：县城—黄旗镇—潮河源—窟窿山—碧云水库—京北第一草原—喇嘛山风景名胜区—县城，道路全长160.62km，其中在土城镇至坝上京北第一草原的道路和旅游主干道重合54.30 km。今后主要建设的应是从黄旗镇到永利村32km长的砂石路面，将其宽度定位在14m，并实现油化。同时连同从永利村到坝上草原的道路，长约15km，建设成为沥青三级路面，实现东北线的环通。

(2) 西南部环线：道路走向从县城始，沿112国道至邓栅子，经邓厂，至洪汤寺，经大西山、南三营，沿111国道返回县城，全长80.56km，其中和112国道重合32.12km，和111国道重合15.26km。该线连接了九龙松、千亩白桦林、燕山大峡谷、洪汤寺温泉。其中向西从邓厂延伸至王家营的一条支线，长10.29km，应将该支线和邓栅子—汤河乡的现有砂石路建设成为沥青三级路面。

在两个环路中，除连接旅游主干道路的那部分路段外，其余均为次干道路，其道路等级建设成为二级道路，并在道路两旁留出足够的道路绿带，以体现丰宁旅游区域的旅游道路的优美环境氛围。

(3) 县城—凤山旅游线，该线道路目前为112国道，在未来发展中可将路面升级。

（三）停车场规划

(1) 根据丰宁满族自治县旅游区域的地理情况及旅游发展规模，丰宁县境内共规划设置6处较大型停车场，分别设置在县城、京北第一草原、碧云水库、洪汤寺、喇嘛山风景名胜区、凤山镇。

(2) 大型停车场功能齐全，不仅能停车、候车，而且还有洗车及修车功能，因此是集车站与维修为一体的停车场。

(3) 丰宁境内的其他中小型停车场将根据需要，可在各风景游览点及服务设施接待点建设，基本上应满足游客就近停车与就近修车及加油的需求。

四、特色交通规划

(1) 以地方向部队租借的方式，利用丰宁满族自治县境内闲置的军用机场。经过改造加长后，开通中短程航线，吸引中长距离的游客。

(2) 在京北第一草原上设置1～2个直升机基地，开通直升机飞行业务。使直升机既成为一种快捷的交通工具和空中鸟瞰旅游区的旅游设施，同时又成为游客遇到风险困难时的救援工具。

(3) 当虎丰铁路全线开通后，可以利用铁路基础，设县城—坝上草原的观光旅游铁路，使游客在缓慢行进的火车上观赏坝下山区—接坝林海—塞外草原的风光景色。



【案例点评】

河北省丰宁县有着广阔的草原资源优势，同时地理位置优越，与北京的交通网络联系紧密，公路车程3小时左右到达，有着巨大的旅游市场。针对这样的资源条件，丰宁县规划了旅游整体目标和阶段目标，以上的案例是该规划中关于旅游交通的部分。

该部分的规划内容具体详实，依据优势资源和有利地形有针对性地开展阶段性的旅游交通规划，并分期实现目标，具有可操作性。是典型的区域实用性旅游交通规划案例。

本章小结

本章主要研究了旅游交通规划的概念、性质和特点，旅游交通规划过程中应遵循的原则，旅游交通规划的一般程序，以及旅游交通规划的内容和基本评价方法。

复习思考题

一、问答题

1. 什么是旅游交通规划？其主要作用是什么？

2. 查阅相关资料，说明我国目前的旅游交通规划处于什么样的阶段，存在哪些问题，应如何解决。

3. 试述旅游交通规划的一般程序。

4. 旅游交通规划的内容有哪些？

5. 对你感兴趣的特种旅游交通工具进行盘点，说明它们吸引你的原因。

二、名词解释

1. 旅游交通规划
2. 铺道景观
3. 特种旅游交通规划
4. “宜隐宜藏”规划法
5. 国家航道
6. 机场



第 9 章　旅游交通法规

学习目标与要求

(1) 了解旅游交道法规的基本概念、表现形式，作用及原则。
(2) 掌握旅游交通法律关系的主、客体。
(3) 掌握旅游交通法律关系的保护。
(4) 熟悉有关旅游交通法律的国际条约。

导入案例

京珠高速特大车祸敲响旅游交通安全警钟

2011 年 3 月 1 日凌晨 3 时 46 分，京珠高速公路韶关段乳源境内一辆豫 R38522 号牌的双层卧铺大客车坠入山崖。据悉，该车于 2 月 28 日上午从河南省南阳市前往东莞，车上司机、乘客总共 43 人(其中一名为婴幼儿)。3 月 1 日凌晨 3 时许，该辆大客车途经京珠高速公路粤北段南行 79km＋200m 处时，因采取制动及避让措施，汽车与左侧约 0.6m 高的高速公路护栏发生了碰撞。大客车失控冲出了高架路外，一头扎进路旁约 50m 的深山沟里，造成大客车冲出护栏滑落山崖的特大交通事故。事故共造成 4 名乘客死亡，5 人重伤。这起特大事故，让人们旅游出行更慎重。游客在选择出行旅行社和交通工具时，一定要将选择更加让人放心的旅行社和交通工具。

《中华人民共和国旅游法》第五十三条是这样规定的：从事道路旅游客运的经营者应当遵守道路客运安全管理的各项制度，并在车辆显著位置明示道路旅游客运专用标识，在车厢内显著位置公示经营者和驾驶人信息、道路运输管理机构监督电话等事项。本条是关于道路旅游客运经营者经营规范的规定。旅游交通安全是旅游安全的重要内容，近年来发生的旅游安全事故中，旅游交通事故位居首位，成为影响旅游业健康发展、亟待全行业高度重视的问题。为了更好地保障道路旅游客运交通安全，保护旅游者的合法权益，本条在与相关法律、法规相衔接的基础上，对旅游客运做出了一些针对性规定。

9.1　旅游交通法规概述

9.1.1　定义

旅游交通法规是以旅游交通社会经济关系为调整对象的各种法律规章的总和。旅游交通社会经济关系主要是指：国家旅游交通行政管理机构之间，以及与旅游交通企业和旅游交通消费者之间的关系；旅游交通企业之间的关系；旅游交通企业和旅游交通消费者之间的关系等。旅游交通法规包括以下 3 个方面的含义。

（1）旅游交通法规是由一系列法律法规构成的整体，而不单指某一部法律。构成旅游交通法规体系的有航空运输方面的规范、铁路运输方面的规范、海上运输方面的规范，以及内水运输方面的规范等。

（2）由于旅游交通的涉外性以及国际旅游联合交通的广泛存在。旅游交通法规体系中既包括国内旅游交通法规，又包括国际旅游交通法规。

（3）旅游交通是随着交通运输业与旅游业的发展而发展的，是同整个交通运输系统联系在一起的，是大交通运输网络中的一部分，与通常所指的交通运输之间很难划出一个明确的界限。与此相对应，旅游交通法规也是附属于交通运输法规的。

9.1.2　旅游交通法规的表现形式

1. 旅游交通国内法规

为了加强交通运输管理，形成交通领域良好的秩序，协调客运关系，规范承运人与旅客的权利义务关系，以及争取处理各类旅游交通矛盾与纠纷，我国先后制定了一系列调整交通运输关系的单项法律、法规。在航空运输方面，有《中华人民共和国民用航空法》《旅客、行李国内运输规则》《旅客、行李国际运输规则》《民用航空安全保卫条例》和《国内航空运输旅客身体损害赔偿暂行规定》等；在铁路运输方面，有《中华人民共和国铁路法》《旅客意外伤害强制保险条例》《铁路路外人员伤亡事故处理暂行规定》等；在公路、海上运输方面有《中华人民共和国道路交通安全法》《中华人民共和国公路法》《公路汽车旅客运输规则》《海上轮船旅客及行李包裹运送试行规则》和《水路运输管理暂行条例》等。

2. 旅游交通国际公约

对国际游客来说，同一性质、同一类似的交通运输纠纷在不同的发生地根据不同国家的法律，常会有迥异的结果，这对国际游客大为不利，所以，世界各国以及国际组织都在极力寻求广泛、合理的旅游交通合作关系，制定一系列的国际法律规定。各国只要加入或签字批准，就需要遵守这些统一规定。

为协调世界各国政府有关旅游交通运输的经济和法律事务，促进世界旅游交通，充分维护与保障旅游者的合法权益，世界上成立了许多旅游交通运输方面的国际组织。诸如，国际民用航空组织 ICAO、国际航空运输协会 IATA、国际铁路联盟 IUR、国际海事组织 IMO 等。

在世界旅游交通运输的国际组织和有关国家政府的努力下，制定了一系列国际交通运输方面的国际公约，其范围涉及航空、铁路、海上运输等。诸如：1961 年签订的《国际铁路运输公约》，是目前调整国际铁路客运关系的基本公约，并于 1975 年生效；1974 年签定的《雅典公约》，是目前调整海上旅客运输的主要国际公约；以 1929 年《华沙条约》为核心的华沙体系，是调整国际航空运输关系的重要公约。这些国际公约在公约的适用范围、旅客的人身安全及赔偿、行李损害责任及赔偿、诉讼时效、承运人与旅客的权利义务关系等方面做出了详细的规定，为解决旅游交通运输方面的国际纠纷提供了法律依据。



9.1.3 旅游交通法规的作用

1. 加强了国家对旅游交通的管理

旅游交通法规是国家对旅游交通社会经济活动进行管理，协调旅游交通各种关系，促进旅游交通业正常发展的法律依据。通过制定和实施旅游变通法规，可以保障国家有关旅游交通管理部门对旅游交通业进行有效的管理，使旅游交通企业开展正常的经营活动，满足广大消费者日益增长的旅游交通需求，从而实现旅游交通的社会经济效益，促进社会主义物质文明和精神文明的建设。

2. 维持公平的市场竞争秩序

旅游交通法规明确规定了旅游交通企业成立的条件、经营范围、经营方式、所承担的义务和权利及相应的奖罚措施，从而有效地维护了旅游交通市场秩序，保证了旅游交通企业在公平的条件下从事各项经营活动，并通过规范的经营、管理和服务获取合法的经营收益。

3. 维护旅游者的旅游交通合法消费权益

旅游交通法规还明确规定了旅游交通消费者的权利和义务，从而使旅游者在遵守有关法规规定的情况下，得到规范的旅游交通运输服务，并在自己的权益受到侵犯时，通过有关法规规定，借助经济、行政和法律手段维护自己的合法权益，获得适当的经济和精神补偿。

4. 维护旅游交通企业及相关行政管理机构的合法权益

旅游交通法规不但维护消费者的合法权益，也维护旅游交通企业及相关行政管理机构的合法权益。旅游交通法规的制定保证了交易双方在交换的过程中有法可依，在给旅游者提供规范服务的同时，根据法规规定保障旅游交通企业和相关行政管理机构的正当权益。

9.1.4 旅游交通法规的基本原则

1. 安全运输原则

安全运输是旅游交通的基本要求，亦是旅游交通法规的重要内容。旅游交通运输的目的，是使旅游者及其行李物品实现安全、准时、快捷、舒适、方便的空间转移，确保旅游者得以进行正常的旅行、游览活动。若旅游交通安全得不到保障，则意味着旅游交通的目的无法实现，从而给旅游业和旅游者造成损失。

2. 计划运输原则

计划运输原则是旅游交通法规的一项重要原则。计划运输原则是由旅游活动的性质以及旅游交通产品特点决定的。散客的旅游活动在时间、地点的安排上有一定的计划性，团体旅游者更具有严格的游览计划。旅游者游览计划的实现程度如何，在很大程度上取决于交通运输计划的配合和支持。如果旅游交通运输的计划不周密，往往会造成各旅游地运力的空间分布失调，引起旅游热点地区交通拥挤与温、冷点地区运力过剩的矛盾，影响旅游接待合同的全面履行，引发旅游纠纷。

3. 合理运输原则

合理运输是指通过科学的管理手段，根据旅游流空间流向和流量特征，合理选择各种旅游交通工具，精心编排旅游线路，以最小的成本取得最佳的社会经济效益的运输。合理运输的意义：从宏观上看，能够节约旅游交通运力，经济地使用运输工具，提高交通运输效率，节省交通运输费用，进而促进旅游交通业的发展；从微观上看，可使旅游者减少旅游交通费用和空间转移时间，从而赢得更多的时间进行游览活动。

9.2 旅游交通法律关系的主体和客体

9.2.1 旅游交通法律关系的主体

旅游交通法律关系的主体是指参加旅游交通经济活动，依照旅游交通法规的规定，享有旅游交通经济权益和承担相应义务的国家行政管理机构、旅游交通企业和旅游交通消费者。

国家旅游交通行政管理机构主要是指国家旅游局、交通运输部和民航局等。旅游交通企业是指经国家有关部门依法批准成立、具有独立法人地位、从事旅游交通经营活动的经济实体。旅游交通消费者是指购买和乘用旅游交通企业提供的旅游交通服务的旅客，他们大多是旅游者，也有部分是非旅游者。

1. 国家旅游交通行政管理机构的权利和义务

1）为保证行政管理机构独立行使行政职权、全面履行行政义务和承担行政责任，国家旅游交通行政管理机构依法享有的权利

（1）对政府旅游交通行政经费的使用权。

（2）对本机构公务员的聘用、任命和解聘权。

（3）对旅游交通企业开业、营运、歇业或停业的审核、审批、检查、奖励、处罚权。

（4）对国有旅游交通企业厂长(经理)的任免权。

（5）受理旅游交通投诉，协调处理旅游交通经营者与乘客之间的纠纷等。

2）行政管理机构的主要义务

（1）在国务院的直接领导下，协商制定全国的旅游交通发展方针、政策、近期规划和远期规划。

（2）建立旅游交通法规体系，制定和完善旅游交通法规和行业规章制度。

（3）协调、监督、管理、服务于全国旅游交通企事业单位的经营及活动。

（4）保证国家旅游交通事业的健康发展等。

例如，交通部、国家体改委等发布的《全民所有制交通企业转换经营机制实施办法》(以下简称《交通转换机制办法》)规定，按照政企分开的原则，交通主管部门依法行使统筹规划、掌握政策、信息引导、组织协调、提供服务、检查监督等职能。

《中华人民共和国铁路法》(以下简称《铁路法》)明确规定，国务院铁路主管部门主管全国铁路工作，对国家铁路实行高度集中、统一指挥的运输管理体制，对地方铁路、专用

铁路和铁路专用线进行指导、协调、监督和帮助等。

2. 旅游交通企业的权利和义务

1）主要权利

（1）按国家规定或核准的运价和收费标准向旅客收取交通费用。

（2）要求旅行社和其他票务代理者提供准确的旅客运输计划。

（3）按规定对变更运输计划造成的经济损失要求赔偿。

（4）要求旅客遵守交通运输规章，对毁坏公共交通设施和设备的旅客要求赔偿。

（5）全民所有制旅游交通企业，依法享有国务院发布的《全民所有制工业企业转换经营机制条例》(以下简称《条例》)规定的 14 项经营权，如生产经营权、投资决策权、产品定价权、劳动人事与工资、资金分配自主权等。

（6）在一定情况下，承运人有拒乘的权利。

例如，我国《民用航空法》规定，在旅客、行李运输中，经承运人证明损失是由索赔人的过错造成或促成的，应当根据造成或促成此种损失的过错程度，相应减免或减轻承运人的责任。旅客以外的其他人就旅客死亡或受伤提出赔偿请求时，经承运人证明，死亡或受伤是旅客本人的过错造成或促成的，同样应当根据造成或促成此种损失的过错程度，相应减免或减轻承运人的责任。

我国《国内民航旅客、行李运输规则》有载运限制的规定，对于无成人陪伴的儿童(8岁以下)拒乘；孕妇及病残者，须持有医疗单位出具的适宜乘机的证明，经民航同意方可，否则拒乘；对于因精神病或健康情况，可能危及自身或影响其他旅客安全的旅客，民航不予载运，已购客票，按照退票处理；对违反政府法律、法令和民航规章的旅客，民航应拒绝其乘机，已购客票作废，票款不退。

2）主要义务

（1）严格实施班期时刻表，保证班期正常，使旅客按计划旅行。

（2）遵守安全运输规章，保持交通工具处于良好的技术状况，遵章驾驶，保证旅客安全旅行。

（3）优质服务，文明礼貌，热情周到，使旅客愉快地旅行：不断提高服务质量。《旅游行业对客人服务的基本标准》又进一步规定，涉外旅游汽车要建立车辆安全检查制度。

（4）保持始终停靠站和交通工具内旅行生活设备齐全，清洁卫生，环境优美，使旅客舒适地旅行。

（5）按旅行社确定的线路运行，不经领队和陪同人员的同意在任何情况下不得擅自更改游览路线和活动安排，保证旅游者按计划参加各项游览活动。

（6）按国家税法规定缴纳税金等。

例如，国家旅游局颁布的《旅游汽车、游船管理办法》规定，旅游汽车和游船企业要贯彻按质论价的原则，明码标价、合理收费。坚持文明服务，做到主动、热情、礼貌、周到服务，要保证安全舒适，准确及时，团结协作，不出差错。《旅游行业对客人服务的基本标准》又进一步规定，涉外旅游汽车要建立车辆安全检查制度。每次出车前，要认真检查车辆状况，尤其是发动机、转向、刹车、信号等安全部件。驾驶员要自觉遵守交通规则，不违章行车，不酒后开车。车辆行驶要平稳，应选择最佳路线，减少颠簸。接送客人

应提前到达指定地点。客人游览、购物时，驾驶员不得远离车辆，不得用喇叭催促客人上车等。

中国民航局公布的《旅客、行李国内运输规则》规定，民航的航班班期时刻，是民航组织运输和旅客安排旅行的依据，不得任意变更。但民航为保证飞行安全等特殊需要，可作必要的调整。民航的航班班期时刻应在实施前对外公布；客票及行李票(以下简称客票)是民航和旅客订立航空运输合同和旅客乘机的凭证；旅客自愿退票，按有关规定收取退票费；由于民航航班取消、提前、延误、航程改变、衔接错失，以及民航不能提供原定座位等原因，旅客要求退票时，退还全部票款；在旅客运输过程中，发生意外伤害，民航应根据伤害的原因，区分伤害的性质，按照国家有关规定，承担经济责任等。

交通部发布的《水路运输管理条例实施细则》规定，经营水路营业性旅客运输的单位和个人，应按核定的航线、停靠站点从事运输；水路运输企业和其他从事营业性运输的单位和个人，必须按照交通部和省交通厅(局)制定的运价规章和费率计收运杂费用；水路运输企业、水路运输服务企业和其他从事营业性运输的单位和个人，应按照国家规定缴纳税金、规费(船舶港务费、停泊费、航道养护费)和运输管理费等。

我国《铁路法》规定，铁路运输合同是明确铁路运输企业与旅客、托运人之间权利义务关系的协议。旅客车票、行李票、包裹票和货物运单是合同或者合同的组成部分；铁路运输企业应当保证旅客按车票载明的日期、车次乘车，并到达目的站。因铁路运输企业的责任造成旅客不能按车票载明的日期、车次乘车的，铁路运输企业应当按照旅客的要求，退还全部票款或者安排改乘到达相同目的站的其他列车。对无票乘车或者持失效车票乘车的，应当补收票款，并按照有关规定加收票款。拒不交付的，铁路运输企业可以责令下车等。

《交通转换机制办法》和《铁路转换机制办法》都规定，交通运输主管部门和企业应当全面贯彻执行《条例》，使《条例》规定企业享有的 14 项经营权在交通运输企业全面落实。这 14 项经营权是指：生产经营决策权；产品、劳务定价权；产品销售权；物资采购权；进出口权；投资决策权；留用资金支配权；资产处置权；联营、兼并权；劳动用工权；人事管理权；工资、奖金分配权；内部机构设置权；拒绝摊派权。

3. 旅游交通消费者的权利和义务

1）主要权利

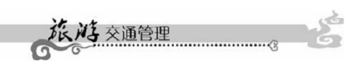
(1) 要求按客票约定的时间、路线、班次等进行旅行。

(2) 要求按约定的标准提供交通工具和服务。

(3) 要求改变运输时间、路线、服务规格的运输企业采取有效的补救措施和给予经济补偿等。

(4) 享有按规定购买优惠票的权利。

例如，我国《国内民航旅客、行李运输规则》规定：旅客在航空中的膳食由民航安排，在空中免费供应，在地面费用旅客自理。旅客持订妥座位的联乘票，在联乘站的住宿由民航安排，费用自理。航班在中途站延误，民航按规定免费向旅客提供饮料、食品。航班不正常时在中途站过夜，民航免费向旅客提供膳食。因民航原因，航班在始发站延误、取消，民航按规定向旅客免费提供膳宿。另外，在航空运输中旅客发生疾病或受到意外伤



害应得到及时的医疗服务；旅客享有民航车辆接送、小件行李物品寄存、行李物品搬运等服务。

2）主要义务

(1）按规定向旅游交通经营者支付交通费用。

(2）按客票票面指定的时间、班次、车厢、座位、铺位、包厢等乘坐交通工具。

(3）接受有关工作人员的检票、验票。

(4）爱护交通设施、设备。

(5）遵守交通运输公共秩序等。

(6）不得携带危险品。

例如，交通部发布的《汽车旅客运输规则》(以下简称《汽车规则》)规定，因车站或运方责任，造成旅客误乘或漏乘的，按以下规定处理。

发车站以最近一次班车将旅客运至原车票指定的车站。

旅客留在车上的自理行包和携带品如有灭失损坏，由责任方赔偿。旅客的其他直接经济损失，由责任方赔偿，但赔偿金额最多不超过旅客原购车票价款的100%。

同时还规定，乘车旅客应自觉维护乘车秩序，服从站务及驾乘人员安排，爱护公共设施，保持清洁卫生，讲究文明礼貌；接受车站值勤人员对危险品的检查；车内不准吸烟，不准随地吐痰，行车中不要与驾驶员闲谈及妨碍驾驶操作；不准从车窗向外扔东西等。

《铁路旅客运输规程》规定，旅客乘什么车买什么票，应按车票票面指定的乘车日期、车次、径路、座别和卧别乘车；为了维护站、车秩序，保证旅客安全，进出站人员必须经指定的检票口进出车站，并主动出示票证；线路中断，列车不能继续运行时，运输企业应迅速采取有效措施，妥善安排被阻旅客和行车、包裹等。

《铁路法》规定，公民有爱护铁路设施的义务。禁止任何人破坏铁路设施，扰乱铁路运输的正常秩序。携带危险品进站上车或者以非危险品品名托运危险品，导致发生重大事故的，依照刑法第115条的规定追究刑事责任。携带炸药、雷管或者非法携带枪支子弹、管制刀具进站上车的，比照刑法第163条的规定追究刑事责任。

9.2.2 旅游交通法律关系的客体

旅游交通法律关系的客体，也叫旅游交通法律关系的标的，是指旅游交通关系主体间权利与义务的共同指向的对象。它是旅游交通法律关系中不可缺少的要素。离开主体间权利和义务所指向的对象，旅游交通法律关系就失去了基础。客体可以分为物体和行为两种类型。

1. 旅游交通法律关系的物体客体

物体是旅游交通关系中的普遍客体，主要是指旅游交通始终停靠站(包括汽车客运站场、铁路客运站、机场、港口码头等)、交通工具(包括汽车、火车、飞机、船舶等)和交通线路(包括公路、铁路、航空线路、水运线路等)。

2. 旅游交通法律关系的行为客体

行为是旅游交通法律关系中的重要客体，可分为旅游交通服务行为和管理行为两种



类型。

旅游交通服务行为贯穿于旅游交通活动的全过程，是旅游交通法律关系主体间权利与义务指向最集中、最直接的客体，也是现实生活中法律纠纷的多发点。优质服务不仅可以满足旅游交通消费者的精神享受，而且还能在一定程度上弥补旅游交通设施上的某些不足。低质服务往往会造成旅客误乘、漏乘或交通工具延误等工作失误，构成对消费者权益的侵害，造成旅游交通法律关系主体间的法律纠纷。

旅游交通行政管理行为也是旅游交通法律关系中的客体之一。国家旅游交通行政管理机构依法享有对全国旅游交通运输活动的行政、行业管理权利，同时也承担着因行政和行业管理不善对国家旅游交通事业造成损失时的有关法律责任。

9.3 旅游交通法律关系的保护

对旅游交通法律关系的保护，就是指对侵犯旅游交通法律关系主体合法权益和不履行法定义务者依法追究其法律责任。在旅游交通经济活动中，当法律关系主体之间因权利和义务的矛盾而引起争议，发生旅游交通法律纠纷时，一般要由双方当事人或旅游交通行政管理机构、仲裁机构、司法机构等有关法律关系保护机构通过调解、投诉、仲裁、诉讼等方法予以解决。

9.3.1 调解

1. 调解的形式

调解是在有关第三者的说服教育和劝导协调下，当事人双方在互相谅解的基础上解决纠纷的方法。调解按其性质可以分为：①行政调解，即在旅游交通行政机构的说服教育下，当事人双方合理地解决纠纷；②仲裁调解，即在仲裁机构的调解下，当事人双方达成调解协议，从而解决纠纷；③司法调解，即在人民法院的调解下，当事人双方达成解决纠纷的协议。

2. 调解的程序

旅游交通纠纷经调解达成解决纠纷的协议，应制作调解书。当事人双方和调解人员要签字盖章，而且还要加盖调解单位的公章。调解书送达后，具有法律效力。如果调解未达成协议，或者调解书送达前一方或双方反悔，可申请仲裁或直接向人民法院起诉。

9.3.2 投诉

1. 投诉的管理机关

投诉是指旅游者和旅游经营者为维护自身和他人的旅游交通合法权益，对损害其合法权益的旅游经营者和有关当事人，以书面或口头形式向旅游交通行政管理部门提出投诉，请求处理的行为。

根据国家旅游局1991年6月1日发布的《旅游投诉暂行规定》，旅游行政管理部门依法保护旅游投诉者和被投诉者(包括旅游交通投诉者和被投诉者)的合法权益。县级(含县

级）以上旅游行政管理部门应设立旅游投诉管理机关。

2. 投诉的程序

旅游投诉管理机关在接到旅游交通投诉者的书面或口头投诉后，经审查，符合受理条件的，应及时调查处理；不符合受理条件的，应当在7日内通知投诉者。投诉管理机关决定受理投诉后，应及时通知被投诉者，令其在30日内做出书面答复。

在处理投诉案件时，应先行调解。无法调解的，由投诉机关处理。处理方式一般是：责令侵权方赔礼道歉、承担投诉费用、赔偿损失、警告，没收非法收入、罚款、限期整顿、停业整顿、吊销经营旅游交通业务的许可证及有关证件、建议工商行政管理部门吊销其工商营业执照等。旅游交通投诉管理机关做出的行政处罚决定应载入投诉处理决定书。

投诉案件当事人对处理不服的，可在接到处理决定通知书之日起15天内，向处理机关上级旅游投诉管理机关申请复议；也可直接向人民法院起诉。

9.3.3 仲裁

1. 仲裁的形式

仲裁是指旅游交通纠纷双方当事人，在无法通过协商或调解方法解决矛盾时，请求无利害关系的第三者依据事实和法律规定，按照仲裁程序，做出对当事人双方都具有约束力的判断和裁决。它可分为国内经济仲裁和涉外经济仲裁两大类。国内经济纠纷的仲裁机构为国家工商行政管理局和地方各级工商行政管理局设立的仲裁委员会。涉外经济纠纷的仲裁机构是国家对外经济贸易仲裁委员会和海外仲裁委员会。

2. 仲裁的管辖

旅游交通经济纠纷的仲裁一般由经济合同履行地或者签定地的仲裁机构管辖，乘客与承运人之间一般不签订旅游交通运输合同，而是以填开的运输凭证上所列明的内容和适用的法律及运输规章作为依据。乘客按章交费所取得的运输部门签发的客运票和行李票，便是旅游交通经济合同的表现形式。客票与行李票的使用地和签发地就是旅游交通经济合同的履行地和签定地。

3. 仲裁的程序

当事人要求仲裁机构进行仲裁，应向有管辖权的仲裁机构递交申请书及其副本。申请书的内容，包括申请人和被诉人的名称、地址、法定代表人姓名和职务；申请的理由和要求；证据、证人姓名和住址。仲裁机构在收到仲裁申请书后，经审查认为符合条件的，表示受理并将申请书副本送交被诉人，通知被诉人做好答辩和应诉的准备。

仲裁机构在对经济纠纷的审理过程中，一般是先弄清事实，分清是非，进行调解。调解不成时，由仲裁庭评议，做出裁决。仲裁机构对经济合同的裁决是终局裁决，无复议程序。当事人不服仲裁裁决时，应在收到仲裁决定书之日起15日内，向人民法院起诉。

9.3.4 诉讼

1. 诉讼的形式

旅游交通诉讼是指人民法院在当事人和其他诉讼参与人的参加下，审理和解决旅游交

通纠纷的制度。它是解决旅游交通纠纷的最终方法，可分为旅游经济合同纠纷诉讼、行政管理纠纷诉讼和涉外经济纠纷诉讼 3 种类型。

2. 诉讼的管辖

根据有关法规规定，涉外旅游交通纠纷案件，应由纠纷发生地的中级人民法院管辖。旅游交通行政管理纠纷案件，应由产生纠纷的行政管理机构所在地人民法院管辖。旅游交通经济合同纠纷案件，应由合同履行地或签定地人民法院管辖。上级法院有权审判下级法院管辖的案件，也可把自己管辖的案件移送下级法院审判。

3. 诉讼当事人

旅游交通诉讼当事人是指在旅游交通纠纷诉讼中能以自己的名义进行诉讼，并受人民法院裁判约束的利害关系人，包括原告、被告、共同诉讼人和诉讼中的第三人。旅游交通诉讼当事人有自然人，即公民个人，也可以是法人，如旅游交通行政管理机构、企事业单位等。

4. 诉讼的程序

原告要求通过诉讼解决旅游交通纠纷，应向有管辖权的人民法院提交起诉状。法院接到起诉状后，经审查认为符合《中华人民共和国民事诉讼法(试行))规定的，即立案予以受理。

人民法院在审理案件时，应先行调解。调解不成，即开庭审判。因旅游交通行政管理机构的行政行为引起的纠纷，不能进行调解，而应直接审判。对旅游交通纠纷案件进行的判决，应制作判决书。当事人对判决不服的，可以在 15 天内向上一级人民法院提出上诉。第二审人民法院的判决为终审判决，不准再上诉。

5. 诉讼的执行

执行是诉讼程序的最终阶段。当事人对人民法院已经生效的判决、裁定或调解书等应自动履行。如一方当事人不履行，对方当事人可向人民法院申请执行。人民法院进行强制执行，可采取扣留、查封、扣押、冻结、变卖被执行人的财产、储蓄存款和劳动收入等方法。

9.4 国际旅游交通法

9.4.1 国际航空法

1. 国际航空法概述

1）概念

国际航空法亦称空气空间法，是指规定空气空间法律地位并调整国际法主体，主要是国家因利用空气空间从事航空活动而产生的各种相互关系的原则、制度和规则的总体。

2）表现形式

国际航空法的表现形式是指国际法主体，主要是国家在空气空间从事航空活动的各种

原则、制度和规则借以存在和表现的法律形式。

由于航空活动的飞速发展，许多航空行为尚未经过长期反复的时间形成习惯规则，就被迅速制定成为国际条约。因此，国际航空法的表现形式，主要是国际条约，国际习惯法的比重相对很小。据统计，在国际航空法方面，迄今已制定了近 40 多个多边国际公约。这些条约构成了现代国际航空法的法律体系，主要包括以下 3 个方面。

(1) 关于确立一般航空法律制度的国际公约。

1919 年 10 月，《关于航空管理的公约》(即《巴黎公约》)在巴黎签订，共 43 条。这是第一个关于航空国际公约，首次确定了领空生权原则，对空中航行的一般原则、飞行器的国籍、适航证书、航行规则和技术要求，做出了详细的规定，为空中航行的法律制度奠定了坚实的基础，标志着国际航空法的形成。

1928 年 2 月，《哈瓦那公约》签订。内容基本与《巴黎公约》相同，只是增加了商业航空的部分条款。

1944 年 11 月 1 日至 12 月 7 日，美国邀请包括中国在内的 52 个同盟国和中立国家，在芝加哥召开国际民用航空会议，并签署了《国际民用航空公约》(即《芝加哥公约》)、《国际航班国境协定》和《国际航空运输协定》等 5 个重要法律文件。

《国际民用航空公约》的签订和生效，导致了《巴黎公约》和《哈瓦那公约》失效。因此，该公约是现代国际航空法最主要的法律表现形式之一。我国于 1974 年 2 月 15 日承认该公约，并从即日起参加国际民航组织的活动。

(2) 关于国际航空运输民事法律制度的国际公约。

1929 年 9 月 21 日，《统一国际航空运输某些规则的公约》(即《华沙公约》)在华沙签订，共 41 条。其主要内容是：国际航空运输的范围和定义，运输凭证，承运人的责任与损害赔偿标准，以及关于联合运输的规定等。该公约经修订和补充，形成了 8 个文件，从而构成了一整套国际航空运输事故民事赔偿责任的“华沙条约体系”。我国于 1958 年 7 月 20 日加入该公约，同年 10 月 18 日公约对我国生效。

(3) 关于国际民用航空安全制度的国际公约。

20 世纪 50 年代以后，国际航空安全不断受到空中劫机事件的严重威胁。鉴于此，国际上先后签订了 3 个重要的国际公约，形成了国际民用航空安全的条约体系。

1963 年 9 月 14 日，《关于在航空器内的犯罪和犯有某些其他行为的公约》(即《东京条约》)在东京签订，共 26 条。该公约对其适用范围、管辖权、机长的权力、国家的权力利义务等做出了详细的规定。我国于 1978 年加入该条约。

1970 年 12 月 16 日，《关于制止非法劫持航空器的公约》(即《海牙公约》)在海牙签订，共 14 条。该公约是专门针对空中劫持的。我国于 1980 年加入该公约。

1971 年 7 月 23 日，《关于制止危害民用航空安全的非法行为的公约》(即《蒙特利尔公约》)在蒙特利尔签订，共 16 条。该公约对危害民用航空安全犯罪的定义和适用范围做出了规定，并重申了“或起诉或引渡”原则。我国于 1980 年加入该公约。

国际航空法的国际条约表现形式，既有多边国际条约，也有众多的双边航空协定。大量的还是各国间根据上述 3 个条约体系的多边国际公约所签订的双边航空协定。

国际航空法是个庞大的体系，本节主要介绍与旅游航空运输关系最密切的《芝加哥公

约》和华沙条约体系。

2.《芝加哥公约》

1）概况

《芝加哥公约》(以下简称《公约》)在《巴黎公约》和《哈瓦那公约》的基础上，对国家领土上空的空气空间的法律地位，国际空中航行和运输的规则，以及保障国际航空安全的有关原则和便利空中航行的措施等做出了明确而详尽的规定，奠定了现代国际航空法的法律基础，成为当代国际航空法的宪章性文件，形成了国际民用航空基本法律制度的条约体系。

同时，《芝加哥公约》还建立了一个永久性的政府间国际组织，即国际民用航空组织，并成为联合国专门机构之一。

2）相关规定

(1）关于国家领空主权的规定。

《公约》第1条明确规定："缔约各国承认每一国家对其领土之上的空气空间具有完全的和排他的主权。"《公约》第二条又进一步对公约所指的领土做出规定："本公约所指一国的领土，应认为是在该国主权保护或委任统治下的陆地区域及与其邻接的领水。"

为了促进国际航空运输的正常开展，公约在确认国家领空主权的基础上，对国际航空运输的定期航班和不定期飞行的空中自由和业务权进行了相应的规定。定期国际航班必须经缔约国特准或许可，才能在该国领空飞行或进入该国领土；不从事定期航班飞行的航空机，则不需要事先获准，有权飞入或飞经缔约国领空而不降停，或作非商业性降停，但飞经国有权令其降落。

《公约》第7条对国内运载权做了限制性规定。缔约国有权拒绝准许其他国家的航空机为取酬或出租在其领土内载运乘客、邮件和货物前往其领土内另一地点。世界各国一般也不允许他国航空运输企业在本国境内任何两点间享有业务权。

(2）关于国际航空管理体制的规定。

《公约》第6条规定，定期国际航班非经他国"特许或其他许可，并遵照此项特准或许可的条件"，不得在该国领土上空飞行或进入该国领土。这就明确表示了定期国际航空运输将由有关国家的双边航空运输协定加以解决。同时强调，在缔结双边协定时不应给予任何国家或空运企业特殊的过境权、非商业性经停权和商业性入境权，不得排斥或歧视任何国家的空运企业。

双边协定中双方所交换的业务权，包括航线、航班、相互同意的经营点和降停点等。实施协定的行政性和程序性条款，包括双方各自指定空运企业；被指定的空运企业向对方申报资格；对方发给申请的空运企业以经营许可；征收机场和设备使用费；豁免航空机所用燃润料、零备件、机上供应品等的关税和费用；相互承认对方核准的适航证、合格证和人员执照；一方航空机、机组、旅客、货物等应遵守对方有关法律规章等。

(3）关于国际民用航空组织的规定。

《公约》第二部分规定成立"国际民用航空组织"。1947年4月4日，国际民用航空组织正式成立，同年成为联合国的专门机构，总部设在加拿大蒙特利尔。

3. 华沙条约体系

1）概况

华沙条约体系是由《华沙公约》经多次修订与补充而形成的，共包括《华沙公约》、《海牙议定书》、《瓜达拉哈拉公约》、《危地马拉议定书》、《蒙特利尔第一号附加协定书》、《蒙特利尔第二号附加议定书》、《蒙特利尔第三号附加议定书》和《蒙特利尔第四号附加议定书》8个文件。8个文件构成了一整套国际航空运输事故民事赔偿责任。

2）相关规定

（1）责任范围的规定。

根据《华沙公约》的规定，国际航空运输承认对旅客、行李和货物在航空运输期间所造成的人身伤亡和行李或货物的损害、遗失、毁灭或延迟的损失应承担责任。

航空承运人承担损害赔偿责任有3种情况。《华沙公约》第17条规定："对于旅客因死亡、受伤或任何其他身件损害而产生的损失，如果造成这种损失的事故是发生在航空器上或在上、下航空器的过程中，承运人应承担责任。"

《华沙公约》第18条规定："对于交运的行李或货物因毁灭、遗失或损坏而产生的损失，如果造成这种损失的事件是发生在航空运输期间，承运人应承担责任。"

《华沙公约》第19条规定："承运人对旅客、行李或货物在航空运输期间，因延误而产生的损失应承担责任。"

《华沙公约》虽然规定了上述责任范围，但在发生具体事故时，应进行详细调查，提出证据，以便最终确定责任的承担者。如果航空承运人经过调查，提出证据，证明旅客的伤亡，行李或货物的损坏、遗失或毁灭，是承运人以外的因素所造成的，则免除乘运人的责任。《华沙公约》的第20条、第21条均做了规定。所以，承运人的责任是有限制的。

（2）关于承运人责任限额的规定。

《华沙公约》规定，承运人对每一旅客的责任限额为125 000金法郎，对托运的行李和货物的责任限额为每千克250金法郎，对旅客自己保管的物件的责任限额为每人5 000金法郎。

1955年《海牙议定书》把承运人对旅客的责任限额提高一倍，为25 000金法郎。1971年《危地马拉议定书》大幅度提高了对旅客及其行李的责任限额，对每位旅客的责任限额为1 500 000普安卡雷法郎(相当于10万美元)，对行李的责任限额为15 000普安卡雷法郎(相当于10万美元)。

《蒙特利尔协议》规定，凡承运人经营的国际航空运输，其始发地、目的地或经停点中只要有一点是在美国时，承运人对每位旅客的责任限额为75 000美元(包括法律费用)。承运人在发生事故后不得引用《华沙公约》或《海牙议定书》中免除承运人责任的有关条款的保护，同时也不因承运人的疏忽而突破规定的责任限额。

但是，由于构成华沙体系的各个法律文件都是一个独立的条约，其缔约国并不相同，因而造成了规则适用、责任制度、黄金条款折算不一等混乱现象。1999年《蒙特利尔公约》的签订对国际航空承运人规定了新的责任制度。

9.4.2 《海洋法公约》

1. 概况

占地球总面积约71%的海洋，自古以来就是世界各国政治、经济、文化和旅游交往的天然通道。为了促进海洋的和平利用，重新确定国家的海域管辖范围和公海海底的法律地位，并指定与此相适应的海洋法律制度，联合国先后召开了3次海洋法会议。除了第二次海洋会议没有取得成果外，第一次海洋会议于1958年4月29日通过了四项公约，即“日内瓦海洋法四公约”：《领海与毗连区公约》、《公海公约》、《捕鱼与养护生物资源公约》和《大陆架公约》。第三次海洋会议于1982年12月9日通过了《海洋法公约》，并于1994年11月生效。1996年7月7日，该公约对中国生效。

《海洋法公约》内容广泛，本节主要介绍与交通运输紧密相关的有关规定。

2. 相关规定

1）关于内水国际交通运输的规定

内水是指一国领海基线以内的水域，包括湖泊、河流及其河口、内海、港湾、领峡等。内水如同陆地领土一样，是沿海国领土的组成部分，沿海国对其拥有完全的排他的主权。沿海国有权制定自己的内水制度，有权禁止外国船舶进入其内水航行。在实践中，各国一般是通过签订双边协定，互相准许对方的船舶进入本国的内水航行。

2）关于领海国际交通运输的规定

《联合国海洋法公约》规定：“沿海国的主权及其陆地领土及其内水以外邻接的一带海域，在群岛国的情形下则及于群岛水域以外邻接的一带海域，称为领海。”据此，国家对领海行使主权，对最大宽度不超过12海里的领海内的一切人和物享有专属管辖权。外国商船可以无害通过别国领海，但不能在别国领海内的沿岸的任意两个港口之间从事航运。无害通过制度是指外籍船舶在通过他国领海而不驶入内水或经批准驶出(入)内水时，应连续不断地迅速航行，并不得损害该国的和平、良好秩序和安全。在实践中，各国关于沿岸航运的法律制度不尽相同，有些国家规定由本国独享，有的则开放与各国共享，有的在互惠条件下相互给予这种权利。

3）关于用于国际航行的海峡的规定

用于国际航行的海峡可分为以下3种。

(1) 有在航行和水文特征方面同样方便的一条穿过公海或专属经济区(注：专属经济区，是指在领海以外并邻接领海，具有特定法律制度的区域，其宽度自领海基线量起不超过200海里)的航道的海峡。在这种海峡，适用“关于航行和飞越自由的规定”。

(2) 在公海或专属经济区的一个部分和外国领海之间的海峡。在这种海峡，适用无害通过制度。

(3) 在公海或专属经济区的一个部分和公海或专属经济区的另一部分之间的用于国际航行的海峡。在这种海峡，适用过境通行制度，即所有船舶和飞机均享有继续不停和迅速过境的通行权利，过境通行应不受阻。

过境通行的船舶应遵守海峡沿岸国有关航行安全，海上交通管理、环境保护等方面的

法律规章。

4）关于公海国际交通运输的规定

公海是指不包括在国家的专属经济区、领海、内水或群岛国的群岛水域内的全部海域。根据公海对所有国家开放的原则，《联合国海洋法公约》规定了对所有国家都适用的6种自由，其中包括航行自由和飞越自由。

世界各国均有权在公海上行驶悬挂其国旗的船舶，而公海上的船舶由船旗国专属管辖，只服从国际法和船旗国的法律。

9.4.3 《雅典公约》和《雅典议定书》

1. 概况

为了调整国际海洋交通运输承运人与旅客、托运人之间的关系，1961年签订了《布鲁塞尔公约》。但由于该公约规定的责任限额过低以及其他各种原因，该公约一直未能生效。在该公约的基础上，1974年3月5日在希腊雅典制定了《1974年海上旅客及其行李运输雅典公约》(简称《雅典公约》)，1987年生效，后经《1976年议定书》和《1990年议定书》两次修改(但《1990年议定书》至今尚未生效)。

我国于1994年3月5日通过决定，批准参加了《雅典公约》和《1976年议定书》(《1976年协定书》的基本内容是把《雅典公约》规定的货币单位法郎改为特别提款权SDR，一个特别提款权约为1.35美元)。

2002年10月21日至11月1日，国际海事组织召开会议，讨论并通过了对《1974雅典公约》进行重大修改的新的议定书。该议定书修改的公约文本被定名为《2002海上旅客及其行李运输雅典公约》(以下简称《2002年雅典公约》)。《2002年雅典公约》适应了国际海上旅客运输立法的发展潮流，尤其体现了发达国家的愿望，以保护旅客利益为基本价值取向，大大加重了承运人的责任，表现为承运人对旅客人身伤亡的赔偿责任限额的大幅提高，承运人责任的归责原则从单一的过错责任改变为过错责任与严格责任相结合，承运人免责的举证责任加重，承运人赔偿责任强制保险机制的设立。

2. 相关规定

1）关于承运人责任的规定

《1974雅典公约》实行的过失责任制，而《2002年雅典公约》实行的是严格责任制。《1974雅典公约》规定，因承运人方的过失或疏忽，导致在运输期间旅客死亡或人身伤害和行李灭失或损坏等损失，承运人负有责任。因船舶沉没、碰撞、搁浅、爆炸、火灾或船舶的缺陷，导致上述损失，除非提出反证，否则应当推定为承运人方的过失或疏忽。对于其他行李的灭失或损坏，不论造成灭失或损坏事故的性质如何，除非提出反证，否则应当推定为承运人方的过失或疏忽。如已委托实际承运人实施全部或部分运输，承运人仍对全部运输负责。此外，实际承运人对其实施的那部分运输，应受本公约的约束，并有援用本公约规定的权利。

《2002年雅典公约》规定，旅客人身伤亡引起的损失，是由于战争、敌对、内战、起义或特殊的、不可避免的、不可抗拒性质的自然现象导致的，或完全由于第三方旨在造成

该事故的故意的作为与不作为导致的事故引起的，承运人不承担责任；旅客人身伤亡引起的损失，是由于非航运事故造成的，承运人承担过错责任；旅客人身伤亡引起的 25 万 SDR 以内的损失，是由于航运事故造成的，承运人承担严格责任，但是，如损失系该旅客的过失或疏忽所造成或促成，则受案法院可按该法院地的法律规定，全部或部分地免除承运人的责任；旅客人身伤亡引起的 25 万 SDR 以上的损失，是由于航运事故造成的，承运人承担过错责任；由于旅客行李灭失或损坏造成的损失承运人承担过错责任。

2）关于举证责任的规定

《1974 年雅典公约》第 3 条的规定，自带行李以外的行李的灭失或者损坏引起的损失，由承运人举证；人身、自带行李因船舶沉没、碰撞、搁浅、爆炸或火灾，或船舶的缺陷所致，或与此有关，由承运人举证；其他情况，托运人举证。

《2002 年雅典公约》第 3 条规定，由于航运事故造成旅客伤亡引起的损失的免责，由承运人负举证责任；由于非航运事故造成旅客伤亡引起的损失，由旅客负举证责任；由于航运事故造成旅客自带行李灭失或者损坏引起的损失的免责，由承运人负举证责任；由于非航运事故造成旅客自带行李灭失或者损坏引起的损失，由旅客负举证责任；由于旅客自带行李以外的行李的灭失或者损坏引起的损失的免责，由承运人负举证责任。

3）关于责任限额的规定

《1974 年雅典公约》和《1976 年议定书》实行的是单层责任限额体系；而《2002 年雅典公约，实行的是双层责任限额体系。

（1）人身伤亡的责任限额：《1976 年议定书》规定承运人对每一旅客人身伤亡的赔偿限额为 46 666SDR。《2002 年雅典公约》将其提高到了 25 万特别提款权(承运人无过错)和 40 万特别提款权(承运人有过错)。

（2）行李灭失或损坏的责任限额：《1976 年议定书》规定承运人对旅客自带行李的灭失和损坏的赔偿限额为 833SDR，对每位旅客车辆的灭失和损坏的赔偿限额为 3 333SDR，对每旅客其他行李的灭失和损坏的赔偿限额为 1 200SDR。《2002 年雅典公约》将自带行李的赔偿限额提高到 2 250SDR；车辆及物品的赔偿限额提高到 12 700SDR；其他行李的赔偿限额提高到 3 375SDR。

4）关于行李灭失或损坏通知的规定

旅客应在规定时间向承运人或其代理人提交书面通知。在行李有明显损坏的情况下，旅客对自带行李应在离船前或离船时提交通知，对所有其他行李应在行李交还前或交还时提交通知；在行李损坏不明显或行李灭失的情况下，应在离船之日或交还之日起 15 天内提交通知。

如果旅客未按规定提交通知，除非提出反证，否则应推定他已收到完整无损的行李。如果收取行李时，已对行李状况进行联合检验或检查，则无需提交书面通知。

5）关于诉讼管辖的规定

根据本《公约》产生的诉讼，经原告选择，应向下列某一法院提起，但该法院应在本《公约》当事国内。

（1）被告永久居住地或主要营业所所在地的法院。

（2）运输合同规定的起运地或到达地的法院。

（3）原告户籍地国或永久居住地国的法院，但被告须在该国有营业所并受其管辖。

（4）运输合同订立地国的法院，但被告须在该国有营业所并受其管辖。

此外，当事各方可商定将损害赔偿金的索赔诉讼案件提交任何法院管辖或仲裁。

9.4.4 国际铁路运输公约

1. 概况

目前关于国际铁路运输的公约有两个：《国际货约》和《国际货协》。《国际货约》全称《关于铁路货物运输的国际公约》，1961 年在瑞士伯尔尼签订，1975 年生效。《国际货协》全称《国际铁路货物联合运输协定》，1951 年在华沙订立，其修订本于 1974 年 7 月生效，我国于 1953 年加入。

2. 《国际货约》的相关规定

1）旅客人身安全及赔偿

根据《国际货约》的规定，旅客人身安全责任适用责任事实发生地国家的法律。公约签字国当时未能就损害赔偿的最高限额达成一致意见，因此，各签字国可以自行确定最高限额，但是，各国规定最高赔偿限额都不得低于每位旅客 20 000 金法郎。而且，在承运有重大过错造成旅客人身伤害的情况下，可以突破其本国规定的最高限额。

2）行李损害责任

对国际铁路客运中的行李责任需区别于手提行李和托运行李。对两种行李分别适用不同的责任原则。若手提行李遭受损害，必须在旅客能够证明承运人有过错的情况下才能获得赔偿；如果托运行李受损，则首先推定承运人应负责任，赔偿上限在承运人有重大过错的情况下也不适用。

关于行李丢失，公约规定，在应到日期后 14 天行李尚未运到，可推断行李丢失，赔偿上限依旅客能否证明损失大小而定。在能够证明损失的情况下，旅客可得的最高赔偿额为每千克行李 40 金法郎，不能证明损失则每千克的最高赔偿额为 20 金法郎，而且旅客可要求退还已支付的运费和关税。如系行李损害，承运人需赔偿损害行李造成的贬值部分，但最高赔偿限额为每千克行李 40 金法郎。

在行李晚到的情况下，旅客如果能证明晚到给他造成了损失，可获得一揽子赔偿费，以每晚到一天每千克行李 20 金法郎计。若晚到时间超过 14 天者，赔偿费以行李丢失的方法计算。

3）承运人的免责条件

承运人在下列情况下可以免责：受害人本人过错、第三者过错、不可抗力事件、行李本身的缺陷。

4）诉讼时效

旅客人身伤亡的诉讼时效为 3 年，但事故发生后 3 个月内必须报案。行李损失的诉讼时效为一年。承运人有重大过错，时效可延长至 2 年。

9.5 我国运输行业立法的现状及问题分析

交通运输法规是调整交通运输关系的法律规范的总称。交通运输关系包括交通运输管理关系和交通运输合同关系。交通运输包括铁路、公路、内河、沿海、远洋、航空及管道运输等。各国运输立法一般包括公路运输立法，铁路运输立法，内河、沿海、远洋运输立法和航空运输立法。

中华人民共和国成立后，先后制定了一系列调整各种运输关系的单项法规。1990 年 9 月 7 日第七届全国人大常务委员会第十五次会议通过的《中华人民共和国铁路法》（以下简称我国《铁路法》），是调整铁路运输企业与旅客和托运人之间运输关系的基本法律。水上运输方面的重要法律、法规有《中华人民共和国海上交通安全法》（以下简称我国《海上交通安全法》）、《中华人民共和国内河交通安全管理条例》（以下简称内河交通安全管理条例》）、《中华人民共和国水路运输管理条例》（以下简称《水路运输管理条例》）、《中华人民共和国航道管理条例》（以下简称《航道管理条例》）等，对旅客和货物运输、事故处理等做了规定。公路运输方面的重要法规有《中华人民共和国公路管理条例》（以下简称《公路管理条例》）及其细则、《公路汽车货物运输规则》《公路汽车旅客运输规则》等。调整航空运输关系的法规有《中华人民共和国民用航空器适航管理条例》（以下简称《航空器适航管理条例》）、《外国民用航空器飞行管理规则》《国内航空运输旅客身体损害赔偿暂行规定》《国内旅客运输规则》《国内货物运输规则》和《民用航空运输销售代理业管理规定》等。

9.5.1 公路运输法

在我国目前的物流基础设施中，公路的使用率是相对较高的，在短途物流配送中，公路运输的作用显得尤为重要。由于公路运输是我国较为传统的运输方式之一，发展速度也相对较快，因此调整公路运输的法律也比较全面，除了《中华人民共和国公路法》之外，还有《汽车货物运输规则》《道路货物运输服务业管理办法》《高速公路交通管理办法》《中华人民共和国道路交通管理条例》《城市道路管理条例》《道路零担货物运输管理办法》等一系列法律规范。

从上述法律规范中可以发现，我国目前颁布实施的公路运输法中主要是行政法规或者部门规章，而且内容琐碎庞杂，有些规范之间还存在着矛盾和冲突，极易产生适用上的混乱。由于这些规范普遍效力较低，不利于整体上的协调，常常使得公路运输企业无所适从。

此外，在公路建设资金方面，缺少细化的规定，执行起来难度较大；中央政府对于各省的公路建设资助，没有明确的资金分配制度。国道的建设资金如何在中央政府和省级政府之间分担，也无定量的比例。在公路运输安全方面，我国与发达国家相比还有一定差距。例如，缺少关于驾驶员的工作时间的法规，对于车辆超载也缺乏相关规定。

9.5.2 铁路运输法

铁路运输在我国是仅次于公路运输的一种运输方式，其优点在于运量大，运输时间稳

定，且抗风险能力较强。我国在铁路运输方面的法规主要有《铁路货运事故处理规则》《铁路货物运输杂费管理办法》《铁路货物运输流程》《铁路货物运输管理规则》等。

由于铁路运输的管理部门单一，所以不易导致类似公路运输管理中的冲突问题。但正是由于我国目前铁路运输还为国家所专控，难以放开铁路的经营权，在我国铁路运输规范中便不可避免地带有垄断色彩。所以，铁路运输行业的投资主体多元化和铁路运输价格机制的改革是铁路运输管理体制改革的关键问题。

9.5.3 航空运输法

在现有的运输方式中，航空运输是速度最快、效率最高的，但费用也最大。关于航空运输的国内立法，除《中华人民共和国民用航空法》外，还有《航空货物运输合同实施细则》《国务院关于开办民用航空运输企业审批权限的暂行规定》《民航局关于航空运输服务方面罚款的暂行规定》等规范。在国际方面，我国先后签署、批准了20多个国际公约和协定书，并与80余个国家签定了双边航空运输协定，形成了我国的民用航空运输法律体系。但是这些法律法规中有许多内容因航空业的迅速发展而显得相对滞后，并缺乏可操作性，在一定程度上限制了我国航空运输业的发展。

9.5.4 水路运输法

我国是世界上河湖众多的国家之一，许多大江巨川源远流长，大小不一的天然湖泊星罗棋布，这些河流和湖泊为航运提供了便利，另外我国濒临太平洋和印度洋，海域广阔，海上运输历史源远流长。我国在水路运输方面的法律规范主要有《中华人民共和国海商法》《中华人民共和国水路运输管理条例》《中华人民共和国海上交通安全法》和《中华人民共和国国际海运条例》等。水路运输与公路运输一样，管理部门较多，法律调整容易产生冲突和矛盾，因此也需要部门协调和统一规范。

此外，由于我国已经加入WTO，水路运输与国际接轨和统一相关法规成为当务之急。2002年1月1日起实施的《中华人民共和国国际海运条例》参照了国际惯例，引入新的管理制度，设立了调查与争端解决机制，并进一步转变了政府对行业管理的智能和调控手段，从而使得进入中国国际航运市场的中外企业开展相关的经营活动有了基本的行为准则。

9.5.5 货运代理法

货运代理是现代运输物流的普遍形态。关于货运代理的法律法规主要有外经贸部颁布的《中华人民共和国国际货物运输代理业管理规定》及其《实施细则》，该规定借鉴了联合国亚太经济社会委员会(ESCAP)和国际货运代理协会联合会(FIATA)的有关条款，明确了国际货运代理人的法律地位；在外经贸部颁布的《外商投资国际货物运输代理企业审批规定》中，对中外合资企业从事国际货物运输代理业务的条件和报批程序做出了规定。

现有的货运代理法规在一定程度上缓解了货运代理业的混乱，但远远不能解决现实存在着的问题。原因就在于法律层次较低，条文过于笼统，缺乏可操作性。主要表现为管理权限不能统一，未能明确货运代理人的法律地位，未能明确无船承运人签发单证的法律地



位等基本问题。



案例分析 9-1

北京某旅行社组织旅游者出游，为兴城二日游，报价198元/人。其中李某3人报名参加。合同写得不错，但上车后，发现合同列明的“豪华空调车”变成了京巴(普客)，旅游者颇为恼火，便要求旅行社赔偿。旅行社解释：豪华空调车改普客，是交通公司的原因，应向交通公司索赔。该社辩解是否有理？为什么？

【案例点评】

该社的辩解没有道理，因为《旅行社管理条例》及其《实施细则》明确规定旅行社的基本职责之一就是旅行社应该按照约定为旅游者提供各项服务。安排的交通工具低于合同约定的等级档次，旅行社应退还旅游者所付交通费用与实际费用的差额，并赔偿差额20%的违约金，而不是由旅游者向交通公司索赔。

本章小结

本章讲述了旅游交道法规的基本概念、表现形式，作用及原则；旅游交通法律关系的主、客体；旅游交通法律关系的保护；以及有关旅游交通法律的国际条约。

复习思考题

一、问答题

1. 简述旅游交通法规定义及其含义。
2. 试述旅游交通法规的作用。
3. 简述实施交通法律关系的保护的一般程序。

二、名词解释

1. 旅游交通法律关系的主体
2. 旅游交通法律关系的客体
3. 仲裁

第 10 章　中国旅游交通发展态势

学习目标与要求

(1) 了解我国旅游交通发展总态势。
(2) 了解我国旅游航空交通发展态势。
(3) 了解我国旅游公路交通发展态势。
(4) 了解我国旅游铁路交通发展态势。
(5) 了解我国旅游水路交通发展态势。
(6) 了解我国旅游交通未来的发展趋势。

导入案例

中国确定“十二五”综合交通运输体系建设目标

国务院总理温家宝于 2012 年 3 月 21 日主持召开国务院常务会议，讨论通过《“十二五”综合交通运输体系规划》。会议指出，“十一五”时期，我国交通运输发展取得重大成就，“五纵五横”综合交通运输网络建设进程加快，铁路、公路、水路、民航和管道等各种运输方式的网络框架基本形成，技术装备和服务水平明显提升，有力地支持了经济社会发展，改善了人民群众的生活质量。但我国交通运输发展还很不平衡，总体运输能力仍然不足，交通网络的覆盖广度与通达深度还很不够，各种运输方式的衔接不够高效。随着工业化、城镇化和农业现代化的推进，我国客货运输需求将持续增长，旅客运输需求将更加多样化、多层次。必须贯彻落实科学发展观，正确处理安全、速度、质量、效益的关系，继续加强综合交通运输体系建设，更好地发挥交通运输在产业优化布局、人口合理分布、城镇空间科学拓展等方面的引导作用。

会议确定了“十二五”时期的建设目标：初步形成以“五纵五横”为主骨架的综合交通运输网络，基本建成国家快速铁路网和国家高速公路网，铁路运输服务基本覆盖大宗货物集散地和 20 万以上人口城市，农村公路基本覆盖乡镇和建制村，海运服务通达全球，70%以上的内河高等级航道达到规划标准，民用航空网络进一步扩大和优化，基本建成 42 个全国性综合交通枢纽。

10.1　中国旅游交通发展总态势

通俗地讲，旅游过程是一个以景点为节点、以交通路线为连线的闭合系统，其中包含了食、宿、行、游等各种旅游休闲活动。不管旅游活动是以什么为目的，达到什么等级水平，若要完成此闭合系统的高效、有序、稳定运转，旅游交通建设是充分必要条件；换言之，就是既要有交通路线通达、交通运输工具良好，又要有交通路线规划、交通活动管理



将所有旅游内容串连起来，设计出一个较优化的旅游计划以满足日益增长且朝着多样化、复杂化、个性化方向发展的旅客出行需求。可以说，没有交通即没有旅游，现代交通业的发展史就是旅游业的发展史，当今中国旅游业的蓬勃发展之势也正是旅游交通从无到有、单一走向多样、从简单走向复杂的真实写照。

综观历史与目前发展特征，中国旅游交通在经营方式和运行方式上表现出从无到有，逐渐引入、政企分开，局部改革、适度重组，引入竞争，全面整合，系统优化等显著发展态势，反映出当代中国旅游交通运输活动的一般规律和总体趋势。

10.1.1 从无到有，逐渐引入

19 世纪中叶至 20 世纪初，三次工业革命浪潮从根本上改变了人们衣、食、住、行的方式与方法，给人类社会发展进步注入了无穷动力。蒸汽机船、火车、汽车、飞机等现代交通工具先后在中国出现。此后，在内忧外患的战乱条件下，中国交通运输业发展十分缓慢，到 1949 年，全国交通运输线路总长只有近 18 万千米，年客运量仅为 1.4 亿人次，且各种交通方式比例严重失调，运输线路布局极不合理。

1949 年，新中国成立以后，中国交通运输业迅速恢复与发展，形成了各种交通方式比例较为合理的客运体系。此时，外事系统的旅游交通运力初具规模，主要用于以政治、外交为目的的旅游接待。到 1978 年，全国交通运输线路总长达到 123 万千米，旅客运输量达到 25 亿人次，为改革开放后中国旅游业的大发展奠定了必要的交通基础。

改革开放以后，中国交通运输业有了突破性的发展，先进客机的引入、高速公路的兴建、豪华游船的使用以及铁路大提速，标志着中国旅客运输已从低速、简易型向高速、舒适型转换。旅游交通接待能力大大提高，并开始由政治接待型向市场经营型的转变，由计划经济向市场经济过渡。

进入 20 世纪 90 年代，中国旅游交通业基本形成包括旅游公路和旅游汽车公司、旅游航线和旅游包机、旅游航道和游船、定期旅游列车和临时旅游专列以及游览索道等特种交通方式在内的、具有较强旅游客运能力和特色游览功能、并相对独立的国民经济新兴产业。2007 年，全国交通运输线路总长达到 456.1 万千米，全国主要运输方式完成客运量 223 亿人、旅客周转量 21 593 亿人千米，分别是 1978 年 25.4 亿人千米和 1 743 亿人千米的 8.8 倍和 12.4 倍，为中国旅游业跨世纪大发展提供了有利的交通保障。

10.1.2 政企分开，局部改革

新中国成立后，我国于 1949 年 11 月设置民用航空局、铁道部和交通部。其中，民航局归中央军委领导，对全国民航事业实行军事化管理；铁道部对全国铁路事业实行半军事化管理；交通部对全国公路和水运事业实行政企合一的部门管理。新中国交通运输管理体制从诞生之日起就具有浓厚的军事化和政企合一性质。

1952 年 7 月，民航局组建了新中国第一个民航企业——中国人民航空公司，一年后予以撤销。1961 年 4 月，交通部组建中国远洋运输公司及其广州分公司。1965 年 6 月，民航总局改为国务院直属局。在此阶段，我国在交通运输管理体制向军政分开、政企分开方面进行了有益的尝试。民航总局于 1969 年 11 月重新划归军队建制，军政、政企分开进程

受到遏制。

20 世纪 80 年代以后，管理体制改革全面展开，逐步实行军政、政企分开的管理体制。1980 年 3 月，民航总局恢复为国务院直属局。从 1983 年开始，铁道部将以前的 20 个铁路局压缩到 13 个，逐步扩大企业自主权。1984 年 3 月，国务院做出关于民航体制改革的决定，民航开始向政企分开管理体制过渡。在 1985 年内，经民航局批准成立的航空运输企业就有 11 家之多。

1988 年，交通部、民航局、铁道部先后按照“精简、统一、效能”的原则，进行了“三定”(定职能、定机构、定编制)机构改革。改革的主要目的是转换职能、精简机构和下放管理权限。交通部作为此次国务院机构改革的试点单位，改革力度最大，也最彻底。交通部对全国公路、水路交通的管理职能，转变为实行组织领导、宏观调控和行业归口管理。交通部厅司局级机构减少 40%，行政编制减少 25%，实有人数减少 47%。同时将大多数部属长江重点港口下放给当地政府管理，并在全国 80%的交通企业推行承包经营责任制。由于全国公路和水运企业数量众多，个体规模较小，而且交通部直属企业在全国公路、水运企业总数中所占比例不大，所以交通部率先完成了体制改革任务。民航局强化了对全国民航运输的宏观经济管理、安全管理和行业管理职能。司局级机构保持不变，但撤销了两个直属处，行政编制减少 9%，实有人数减少 38%。同时，大力推进民航地区管理体制和企业制度改革，实行政企分开和航空公司与机场分设。铁道部在 1988 年机构改革中保持了传统的政企合一管理体制，但强化了宏观管理职能，并进一步下放权力，在 12 个铁路局实行经济承包责任制。

2005 年 3 月，铁道部宣布实行三级管理结构改革，撤销全国所有铁路分局，有 18 个铁路局直接管理。虽然这次只是一种旨在提高管理效率的扁平化管理结构改革，并未触及实质性的政企分开制度改革，但是仍然为以后的更深层面管理体制改革创造了有利条件。

2013 年 3 月，我国实行铁路政企分开。将铁道部拟订铁路发展规划和政策的行政职责划入交通运输部。交通运输部统筹规划铁路、公路、水路、民航发展，加快推进综合交通运输体系建设；组建国家铁路局，由交通运输部管理，组建中国铁路总公司，承担铁道部的企业职责。同时，不再保留铁道部。新组建的国家铁路局，将承担铁道部的其他行政职责，负责拟订铁路技术标准，监督管理铁路安全生产、运输服务质量和铁路工程质量等。而新组建的中国铁路总公司，承担铁道部的企业职责，负责铁路运输统一调度指挥，实行全路集中统一管理，经营铁路客货运输业务，承担专运、特运任务，负责铁路建设，承担铁路安全生产主体责任等，确保铁路运营秩序和安全，确保重要运输任务完成，不断提高管理水平，为人民群众提供安全、便捷、优质服务。此次大部制改革，形成了新的交通运输管理的新格局，由交通运输部统筹各种交通运输方式，加快形成综合交通运输体系。其中，国家铁路局将集中精力考虑安全监管，行使政府的安全监管责任。而大量的铁路运营、铁路建设、铁路安全生产主体责任，包括铁路的统一指挥调度，都由新组建的铁路总公司承担，铁路总公司继续保留全路集中统一的管理模式，继续承担相关专运、特运任务，不改变现行铁路运输统一调度指挥机制，不改变现有铁路生产运营体系，这有利于保持和发挥中国铁路的优势。



10.1.3 适度重组，引入竞争

在政企分开过程中，中国交通运输企业数量迅速增加。但是，受所属部门、地区的行政制约，各类交通企业普遍存在规模小、效益低和内部组织结构不合理等问题。通过联合、兼并，组建大公司和大集团，盘活存量资产，增强企业活力，搞活国有大中企业，就成为我国交通运输产业发展的战略任务之一。

2002年，民航管理体制改革取得重大突破，三大航空运输集团(国航、东航、南航)和三大航空服务保障集团(民航信息集团公司、中国航空油料集团公司、中国航材进出口有限责任公司)正式成立，并与民航总局脱钩。

2003年，民航由以前的三级行政管理(民航总局—地区管理局—省、自治区、直辖市局)改为两级管理(民航总局—地区管理局)，撤销24个民航省、自治区、直辖市局。2004年，除北京首都机场和西藏自治区内的民用机场外，民航总局直接管理的其他93个机场全部交由地方管理。至此，中国民航管理体制改革顺利完成。

2003年，中国铁路体制改革方案成为媒体关注的焦点，其指导思想是：通过政企分开，企业重组，打破行业垄断，引入竞争机制。保持国家干线铁路网的统一调度指挥和统一规划建设；坚持总体规划、分步实施、配套改革、平稳过渡的原则，维护运输大局稳定、安全形势稳定、职工队伍稳定。总体目标是：政企分开，“网运分离”，引入竞争，加强监管。

为增强国际航空运输竞争力，国内大型航空公司加快了与外航建立战略联盟伙伴关系的步伐。1998年，东航与美国美洲航、国航与美国西北航、南航与美国三角航空公司签署航班代码共享协议。2004年8月，南航与法航领衔的天和国际联盟签署了加盟框架性协议。

10.1.4 全面整合，协同运输

交通运输是国民经济的基础产业，也是旅游业赖以发展的基本条件。改革开放以后，我国旅游客运交通体系建设不断发展，已由单一结构走向由铁路、水路、公路、航空和特种旅游交通5种方式相互结合、优势互补的多元运输结构，着力构成现代综合旅游运输网络体系，不断增强综合运力。

旅游交通是国民经济综合运输体系的分支体系，因而必须从我国的国情出发，处理好国民经济运输大系统与旅游交通分系统的关系，旅游交通系统与各种旅游交通方式子系统的关系，各种运输方式内部各个环节之间的关系。

但是，目前旅游交通在统筹规划、协作运输方面存在一些问题，比如铁路短途客运比重大，航空客运过度集中与少数大城市之间的热点航线，内河客运十分薄弱，以及各种交通方式衔接不畅等。按照《“十二五”综合交通运输体系规划》指导思想，应该进一步发挥公路短途客运优势和中转运输功能，重点发展中、远距离高速铁路，扩大内河、江海直达和远洋客运与游船运输网，建立以大城市为中心机场的轮辐航空运输网，从而构成旅游交通综合系统以综合配套、合理运输、优势互补为特征的大协作格局。

10.2 航空旅游交通发展态势

航空交通和旅游一直是个分不开的话题，航空交通对于旅游业的发展起着积极的推动作用，而旅游对于航空行业增加客源又有着积极的拉动作用，许多热门航线都是旅游热点地区航线或由旅游包机直飞。交通是旅游业发展中的重中之重，航空以其方便、快捷、舒适等特点成为旅游发展的助推器。

10.2.1 恢复国内外航班，加强基础设施建设

新中国成立前夕，民航设施遭受严重破坏，民航客运完全瘫痪。新中国成立后，中国民航在国民经济恢复时期，军委民航局于 1950 年 8 月 1 日开辟了天津—北京—汉口—重庆、天津—北京—汉口—广州两条国内定期航线，于 1952 年，分别开通了重庆—汉口—北京、重庆—汉口—上海、广州—昆明、广州—湛江等航线。至此，初步沟通了北京，上海、广州三大城市与西南边远地区的航空联系。到 1952 年年底，中国共有 7 条国内航线，通航里程 7 596km。第一个五年计划时期，民航增辟了 18 条国内航线。基本上建成了以北京为中心、辐射各大、中城市的航空交通线路网。第二个五年计划及调整时期，国内航线增加到 46 条，通航里程达到 34 961km。

在国际航线方面，1950 年 3 月，中国与前苏联签订《关于创办中苏民用航空股份公司的协定》，同年 7 月 1 日，中苏民用航空公司成立，并开辟北京—沈阳—哈尔滨—齐齐哈尔—海拉尔—赤塔、北京—太原—西安—兰州—酒泉—哈密—乌鲁木齐—伊犁—阿拉木图、北京—乌兰巴托—伊尔库茨克 3 条国际航线。1973 年 2 月，埃塞俄比亚航空公司开辟了亚的斯亚贝巴—孟买—上海航线，这是非洲国家通航中国的第一条航线。到 1978 年，随着民航基础设施明显改善以及苏制伊尔-18 型和英制子爵号、苏制伊尔-62 型和美制波音-707 等客机的引入，国内、地区、国际航线网构架基本形成，拥有较强的航空客运能力，年客运量达到 231 万人次，比 1965 年增长了 7.5 倍，为改革开放后国际旅游的腾飞奠定了良好航空条件。

10.2.2 逐步放松管制，高起点全面推动民航业发展

改革开放后，我国确立了民航是国家的重要运输部门，是一个企业单位，要按照办企业的方针来经营管理的思路，在市场进入、航线进入、机场建设、飞机购置等方面逐步放松管制，形成相互竞争的航空运输市场格局。从此，民航业的发展进入了一个以企业化为中心、改革和发展全面展开的历史新阶段，推动了并保障了我国入境、国内乃至出境旅游的健康稳定增长。

1985 年 1 月 7 日，国务院批转中国民航局《关于民航系统管理体制改革的报告》，决定现行民航管理体制要按照“政企分开、简政放权”的原则进行改革。1987 年 1 月 30 日，国务院批准中国民航局《关于民航系统管理体制改革方案和实施步骤的报告》。根据政企分开、减少管理层次和简政放权的原则，将民航局、地区管理局、省(区市)局和航空站四级管理改为民航局和地区管理局两级管理，组建 6 家骨干航空公司，并将机场和航务管理



分开。1985 年 2 月 12 日，中国民航西藏自治区管理局成立，至此，除台湾省外所有省市自治区都成立了民航管理机构。1985 年 12 月 30 日，上海市组建的上海航空公司成立，成为新中国第一家自主经营的国营地方航空运输企业。随后，西南、华东、华北、西北 4 个管理局和航空公司及双流、虹桥、首都、西关 4 个机场陆续成立。

20 世纪 80 年代我国民航业以大量引进欧美先进飞机为主要特点，高起点推动民航业的发展。1980 年 4 月 1 日，中国民航局决定因国内航班不断增加，航班编号由三位升为四位；从美国订购的波音 747SP 型飞机加入航班飞行。1984 年 9 月，全国所有省城民航班机通达。从 1985 年 8 月开始，我国向欧洲、美国订购的现代化大型客机陆续加入航班飞行，一批国产运输机投入运营从而使中国民航运力、技术结构发生重大变化，为 20 世纪 90 年代民航业的飞速发展奠定了物质技术基础。同时，机场建设规模也进一步扩大，民航运输量出现新增长。1981—1990 年民航客运量年均增长率 17%，绝对量年均增加 130 多万人，旅客周转年均增长率 19%，1990 年达到 1 660 万人、230 亿人次，民航在综合运输体系中的地位有所上升，民航客运量占社会总客运量的由 1980 年的 0.09%，上升到 1990 年的 0.18%，旅客周转量由 1.51%上升到 3.41%。

10.2.3 加强与区域旅游协作，促进共同发展

民航业与旅游业是一对孪生兄弟，相互之间是一种紧密合作、共赢关系。旅游产业的振兴可以促进旅游业内的频繁交流，从而促进民航业的发展；而民航业作为旅游业内不可缺少的环节，为旅游的发展贡献力量。早在 1950 年军委民航局就委托当时的旅行社代办航空客运业务。1965 年，中国民航局和旅游局签订了委托代收客票的合同，进一步推动了旅游航空运输的发展。1988 年 5 月，中国民航局和国家旅游局召开两局协调会议，确定建立民航、旅游两局协调会议制度。1989 年共召开国家民航与旅游部门之间的一级协调会议 3 次，地方民航与旅游部门的二级协调会议多次。通过部门协调，基本解决了全国旅游热点城市之间和旅游旺季时期因民航运力不足和旅游接待量高度集中所造成的矛盾。

经过不懈努力奋斗，我国民航能力快速提高，具备了先进的安全理念和水平、较为雄厚的物质技术基础和基本完善的管理体制机制，行业发展站在了新的起点，并为长远可持续发展奠定了重要基础。但是旅游航空交通仍存在不可回避的问题：我国民航服务能力仍显不足，发展中不平衡、不协调、不持续的问题依然突出。一是航班正常率下降，航班平均延误时间增加；二是安全运行压力增大，政府监管能力薄弱，飞行、机务、空管等方面超负荷运转；三是国际竞争力不强，我国航空公司国际航空运输市场份额偏低，三大机场的国际枢纽地位尚未形成；四是通用航空发展滞后，通用机场数量较少，设施条件简陋，企业经营困难。

为克服上述问题，实现我国旅游航空交通持续发展，中国民用航空局制定了《中国民用航空发展第十二个五年规划》，计划明确提出从提高航空持续安全水平、增强运输机场保障能力、建设现代空管服务系统、提升航空运输服务能力、加快通用航空事业发展、促进民航发展方式转变 6 个旨在方面促进长期平稳较快发展，更好适应综合交通运输发展需要现代化旅游航空运输网络。

10.3　公路旅游交通发展态势

20 世纪 80 年代以后，西方国家相继改变了以铁路为中心的运输结构，公路运输逐渐居于主导地位。在市场经济发达的国家，公路运输的发展已经大大超越了其他运输方式，改革开放以来，国民经济和社会发展对交通运输急速增长的需求同交通运输滞后状况的矛盾越来越突出，公路运输在国民经济中的地位、作用和效益日益为社会各方面所认识和理解，在政策刺激、资本注入的影响下我国公路运输开始走上快速化发展道路。

10.3.1　建设边疆干线，完善全国路网

我国现代公路始建于 1908 年，到 1921 年全国拥有公路 1 100 多千米，1945 年达 13.3 万千米(其中台湾省 3 690km)，可通达 1 000 多个县。新中国成立前夕，由于战争破坏和其他原因，公路可通车里程仅有 7.5 万千米，汽车拥有量 5.1 万辆，此时的中国公里数量少、性能差，而且分布也极不合理。所以 1949 年以前中国只有零星的旅游公路交通活动。

中华人民共和国成立以后，公路交通得到飞速发展。建国初期，公路交通经历一段时期的恢复后开始获得长足发展，1952 年公路里程达到 12.67 万千米。20 世纪 50 年代中后期，为适应经济发展和开发边疆的需要，我国开始大规模建设通往边疆和山区的公路，相继修建了川藏公路、青藏公路，并在东南沿海、东北和西南地区修建国防公路，公路里程迅速增长，1959 年达到 50 多万千米。20 世纪 60 年代，我国在继续大力兴建公路的同时，加强了公路技术改造，有路面道路里程及其高级、次高级路面比重显著提高。20 世纪 70 年代中期我国开始对青藏公路进行技术改造，20 世纪 80 年代全面完成，建成了世界上海拔最高的沥青路面公路。1949—1978 年的 30 年间，尽管国民经济发展道路曲折，但全国公路里程仍基本保持持续增长，到 1987 年底达到 89 万千米，平均每年增加约 3 万千米，公路密度达到 9.3km/百平方千米，初步形成了遍布城乡、干支线相连的公路运输网。

10.3.2　兴修高速公路，提高路网等级

高速公路从无到有，发展迅速。从 1988 年第一条高速公路沪嘉高速公路建成通车，到 2010 年年底，我国高速公路通车里程达 398.4 万千米，稳居世界第二。高速公路因为顺应了商品经济发展的潮流，被人们称为“黄金通道”、“金光大道”。

2006 年，全国公路总里程为 180.98 万千米，等级公路里程 143.87 万千米，占公路总里程的 79.5%。其中高速公路 29 745km、一级公路 29 903km、二级公路 211 929km、三级公路 324 788km、四级公路 842 373km。这表明中国公路线路建设重点，从普通公路向等级、高等级公路方向的转移，为旅游公路客运的高效化、快速化奠定了基础。

10.3.3　客运能力增强，专门旅游运输成为特色

1980—1985 年中国进口了大批以日本产品为主的豪华旅游汽车，使中国旅游汽车硬件设备部分达到国际水平，并有效地缓解了因大量海外旅游者涌入而造成的高级旅游汽车极端紧缺的状况。

2005年，全社会公路运输完成客运量169.7亿人次，旅客周转量9 292亿人千米，分别比1978年增加10倍、16倍。公路的客源功能不断升级，出现了专门的旅游交通。各大旅游城市纷纷开辟公交旅游专线车，极大改善了城市郊区旅游景点的可进入性，推动了城市居民近距离观光、休闲与度假游览的蓬勃发展。例如云南省旅游卧铺客车运输最发达，已初步形成以昆明为中心，辐射全省各主要旅游城市和旅游区的运营线路网。

经过50年来的发展建设，我国公路密度由改革开放初期的9.1km/百平方千米上升到近40km/百平方千米，公路运输网络的快速交叉扩大，实现了大范围的省省、省市、市县、县乡以及村村多层次的公路覆盖，极大地促进居民出行的便利性以及交通旅游活动的开展。但从整体来看，我国旅游公里交通仍然存在有效供给不足、全国路网建设不平衡、基础设施滞后现象严重、旅游公路运输交通服务水平低下等问题，严重制约了我国旅游公路交通的发展。中国国家旅游局2004年的中国旅游主题定位为“中国百姓生活年”，这意味着旅游在中国将大规模进入普通百姓家庭，真正成为日常消费。世界旅游组织预测，到2020年，中国将成为全球最多人前往的旅游热点，成为世界上最大的旅游国。这意味着中国旅游业及旅游交通业将迎来更多的机遇和更大的挑战，旅游公路又是旅游交通的主体，所以对旅游公路交通进行系统的研究是非常必要的。只有对旅游区道路规划与设计问题，城市旅游与交通问题，旅游交通定量分析问题，旅游交通科学发展观等理论体系尽快开展研究，才能不断满足人们的旅游要求。

10.4 铁路旅游交通发展态势

铁路运输具有运量大、运距远、价格低、速度快、安全、正点等综合优势，因而在综合运输体系中一直占有重要的地位，纵观我国旅游业的成长过程，铁路对旅游业的发展已起了很大的促进作用，集中体现在路网规模的逐步完善，线路客运能力的增大，旅游、优质优价、夕发朝至列车、旅游专列的开行等为游客提供了更为便捷、良好的条件。

10.4.1 大力兴修铁路，构筑全国铁路网

1876—1949年，中国共修筑铁路2.18万千米，其中通车里程仅有1.1万千米，全部使用蒸汽汽车，而且铁路线路分布极不合理。故旧中国铁路网布局具有“少、偏、差”的特点。

新中国成立以后，我国先后完成陇海铁路、成昆、兰新等干线线路。中国共产党十一届三中全会以后，国家工作的重点转移到社会主义现代化建设上来，并提出“调整、改革、整顿、提高”方针，铁路工作又逐步恢复和发展，并从根本上改善了华南、西南和西北的铁路网，到1978年年底，中国铁路营业里程达4.86万千米，比1949年增长两倍，全国铁路干线网布局趋于合理。全国铁路运输部门共完成旅客运输量81 491万人次，约比1949年增长7倍，为以后旅游铁路客运的大发展奠定了良好的基础。

新世纪，随着国家投资重点向铁路基础设施的进一步倾斜，特别是京沪高铁于2010年顺利通车，使中国铁路旅游运输迎来高铁时代。

10.4.2 加强技术改造，提高行车速度

改革开放以来，通过对京广、京沪、陇海等既有干线进行电气化或复线改造，以及对铁路列车进行六次大提速，我国铁路在路网布局、运输速度和运营方式等方面取得历史性突破。

1997 年，对京广、京沪、京哈三大干线进行第一次全面大提速，共开行 8 对最高时速达 140km 的快速列车。2007 年 4 月 18 日，全国铁路正式实施第六次大面积提速，时速达到 200km 以上，其中京哈、京沪、京广、胶济等提速干线部分区段可达到时速 250km。第六次大提速的范围在前五次的基础上进一步扩展，提速线路资源总量和质量实现重大突破。416 列城际快速客车的推出，让环渤海、长三角、珠三角三大城市群，以及中原城市群，东北城市群，西北城市群之间建立起了更加快速的纽带，城市间也因此靠得更近了，许多喜欢坐飞机的客人也会因此而选择铁路出游。提速给旅游行业带来的不仅是速度上的优势，更多的游客会选择安全、舒适、快速的铁路作为出行工具。

10.4.3 适应市场需求，强化旅游运输

1. 旅游的舒适性需求催生旅游专列

1978 年以后，为满足大量旅游者对铁路运输的需要，铁路部门采取了加挂旅游车厢和开行旅游列车的措施。在旅游旺季运力不足的情况下，为旅游团提供卧铺车厢，及时编入旅游列车，在旅游热点城市和地区之间，则根据旅游流量开行季节性旅游专列，如北京—八达岭、南昌—九江等旅游列车都是在这一时期开辟的。

北京、天津、秦皇岛等 30 多个旅游城市之间开行的短途旅游列车中，全列空调、全程对号、载客量大、座位宽敞舒适的双层客车比重越来越大。

2. 旅游专列向特色化和专业化服务发展

铁路与旅游部门还把运输优势与客源优势相结合，以临时旅游列车形式开发具有特色旅游内容的品牌产品，如甘肃兰州铁道国旅，推行怀古特色品牌战略，自 1992 年组织开行第一列“丝绸之路”号豪华旅游列车以来，每年根据客源情况开行若干次临时专列，至今已接待海外旅游者 4 万多名，在海外市场获得了较高知名度。在国际旅游专列开行的同时，国内旅游专列迅速崛起，随着客运能力的增大，各铁路局纷纷增设了旅游列车。如北京铁路局开行的北京—石家庄旅游列车、牡丹专列，上海铁路局开行的上海—杭州、苏州、无锡间的旅游列车和“黄山号”旅游专列，郑州铁路局开行的“韶山号”旅游专列等，都为铁路拓展旅游市场提供了最佳的有利条件。以上 3 个铁路局每年开行的旅游列车均在 100 列之上，其他各铁路局也开行了各具特色的旅游列车。旅游列车的开行大大方便了旅游者的出行，游客已成为铁路客运量增长的重要部分。鉴于特色旅游列车同时具备运输和游览双重功能，充分满足了旅游者对“游旅结合、旅中有游”现代交通方式的特殊需求，发展前景十分光明。

另外，为适应商务、公务、探亲访友、度假等各自旅游者的多样化需要，铁路部门推出夕发朝至列车、朝发夕至列车、城际间列车、假日列车等多元化客运产品。这种列车，



可使旅游者实现夜行昼游，行住结合，既延迟了有效游览时间又节省了住宿费用，因而备受欢迎。

近些年我国铁路的运输能力虽有所加强，但从总体上看，仍不能适应国民经济发展的需求。具体表现在旅游运输能力严重不足、节日运输灵活性不够、服务意识亟待加强几个方面。发展旅游交通，满足旅游市场需求，必须以运能、服务为基础。由于观光旅游的乘客具有较强的时间需求特点，可以说这种需求特性较以往的旅客运输对能力的要求更加明显。对于铁路来说，良好的运行时间、优质的服务措施和相对较低的旅行支出，可以最大限度地满足我国居民能够承受和轻松游玩的需要，也是铁路拓展旅游市场、扩大市场份额的前提和基础，否则将严重制约铁路旅游市场的市场运作。因此，今后铁路应当结合我国旅游市场需求特点，充分发挥自身速度快、安全性好、舒适、经济的竞争优势的同时，逐步加强较大旅游景点的客运组织工作，配足能力，优化旅客列车的开行，使资源优势与市场需求更好地结合，满足旅游市场的需求。

10.5 水路旅游交通发展态势

水运是公认的绿色运输方式，具有投资少、运量大、能耗低、占地省、成本低的比较优势。1949 年后，特别是改革开放 30 多年以来，我国水运业深化改革，扩大开放，制定实施旅游水路交通长远发展规划，颁布出台了一系列鼓励和支持水路交通发展的法规、政策，取得了举世瞩目的成就，主要表现在构建完善的水路网络、大力打造水上旅游项目、构建竞争有序的水运市场运作体系，这使得我国旅游水路交通基础设施建设更加完善、水路运输生产增长持续增长和水运服务能力不断增强。总体来说，我国已形成了布局合理、层次分明、功能齐全、优势互补的旅游水运交通运输体系。

10.5.1 拓航道，建港口，完善水路网络

中国的现代交通运输业始于水路运输。1842 年，英国迫使清政府租让香港地区，开放广州、福州、厦门、宁波、上海五处为通商口岸。此后，帝国主义列强的现代机动船便在中国领海甚至内河航行，几乎完全控制了中国当时的水路运输。1873 年初，“官督商办”的轮船招商局成立，并开始使用进口机动船从事水运业务，标志着中国近代水运业的诞生。

1949—1978 年，中国共建设大型沿海港口泊位 187 个，其中万吨级以上泊位 100 个。

为了充分挖掘水运潜力，“十一五”期间，我国加快内河水运发展，航道建设全面提速，新增三级以上航道 649km，使高等级航道达到 9 280km；建成 22 个通航枢纽和 34 个船闸，减少碍航闸坝 24 个，形成了以长江、珠江、京杭运河、淮河、黑龙江和松辽水系为主体的内河水路运输格局，初步形成了国家高等级航道网络，对促进旅游水路活动发挥了重要作用。

10.5.2 水路客运走低，游船旅游攀升

1. 水路客运收缩

自 20 世纪 50 年代以来，我国水陆客运在全国旅客周转总量和客运总量中的市场占有

份额一直呈下降趋势，分别由 2000 年的 100.54 亿人千米和 0.8%，减少到 2005 年的 67.77 亿人千米和 0.39%，从旅客周转量的绝对增长情况来看，1992 年达到顶峰。之后便持续走低，到 2005 年下降到 100.54 亿人千米。

2. 水上交通方式的旅游功能不断加强

1）长江游船旅游

长江是我国最著名的内河旅游航道。1991 年长江航道航运企业已达 900 多家，运输船舶 7.7 万艘，总吨位逾千万。长江轮船总公司是最大的旅游航运公司，主要经营重庆—武汉旅游航线。

“侨丰”号豪华船系重庆侨丰实业(集团)有限公司的侨丰游船旅游公司经营的长江航线上最新超豪华游船。

2）漓江游船旅游

风景如画的漓江是我国传统的旅游航道。截至 1991 年年末，漓江上共开行游船 2.03 万个航班，运送客人 162 万人次，分别比 1990 年增长 12.1%和 12.3%。

3）京杭大运河上游船旅游

中国古代伟大的水利工程京杭大运河，北起北京，南抵杭州，沟通海河、黄河、长江和钱塘江五大水系，是世界上开凿时间最早、规模最大、里程最大的人工运河。新中国成立后，对京杭大运河进行了大规模整修。

目前，中国京杭大运河旅游线，主要是指以杭州、苏州、无锡等热点旅游城市为始终停靠地的里运河和江南运河河道。

4）海运旅游

我国曾接待过日、法、美等国的豪华近海、远洋游船。仅 1987 年，在天津塘沽新港靠岸的外国游船就有“海洋公主号”“皇家公主号”等共 55 个航班，载运旅游者近 3 万人次。

3. 我国主要水上旅游运输企业

1）广州海运局

广州海运局于 1984 年开始经营旅游专线，当时只有一条船，400 多个客位。1991 年游船和客位分别增至 4 艘和 2 000 多个，主要经营广州—川岛、广州—厦门、广州—厦门—温州 3 条沿海航线。

2）远洋客源航运公司

1991 年我国经营远洋客运业务的航运公司有两家：一是中国国际轮渡有限公司，经营上海—大阪、上海—神户、上海—横滨 3 条航线；一是津神客货轮船有限公司，经营天津—神户航线。

3）长江航运集团

1998 年 4 月，长江航运集团战略性结构调整开始启动。它是我国最大的内河航运企业。这次结构调整中心内容是采取资产内部划拨、客货分离、集中经营的方法，实行统一经营、统一调度、统一核算，将形成长江货运、海运、油运、旅游、客运、工业、燃料供应七大专业公司和重庆、南方两个地区性综合公司。



4）中国远洋运输集团

中国远洋运输集团是以国际航运为主业，集贸易、工业、金融、房地产、旅游等业务于一体的大型企业集团，是国家确定的56家大型试点企业集团之一。

5）长江轮船海外旅游公司

长江轮船海外旅游公司是中国最大的航运旅游事业公司，是集航运、旅游、饭店、经贸、房地产业于一身的国有大型企业，主要对外销售与长江旅游线相连接的全国旅游线路，海内外旅游者乘坐旅游船游览长江的接待服务兼营旅游商品开发业务。

然而，由于长期以来资金投入不足，航道、港口等基础设施条件还比较薄弱，同旅游航空、公路、铁路等运输方式相比，旅游水路仍是旅游运输体系的短板。“十二五”明确指出要大力发展水路运输，一大亮点就是要加快高等级航道建设，全面改善航道通航条件，加快构建以“两横一纵两网十八线”高等级航道为主体的内河航道体系。所谓“两横一纵两网十八线”，即长江、西江、京杭、长三角、珠三角，以及淮河、赣江等18条主要干支流。这些主要航道在“十二五”期间将进一步扩能改造，疏通瓶颈，并逐步实现干支衔接，织就一张通江达海的高等级航道网，这无疑为以后旅游水路交通的大发展提供重要的物质基础。

总体上看，中国旅游交通在建国60多年来取得了举世瞩目的成就。首先，旅游交通基础设施得到了极大改善，在民航客机、高速公路、高速铁路与既有线路提速、内河游船与小型高速客船等方面都接近或达到世界领先水平。其次，在旅客运输和旅游专项运输方面，更是远远超过世界平均发展水平。但是，我们也应清醒地认识到，我国在交通服务产品开发与标准化方面，在旅游交通经营管理与国际协作方面，与发达国家还存在很大差距。因此，建立旅游交通综合运输体系，加强旅游交通各种方式统筹规划与运营协作，完善旅游交通法规制度与市场调节机制，着力开发适销对路的旅游交通服务产品，开展旅游交通国际合作，仍将是我国面临的长远战略任务。

案例分析10-1

青藏铁路与西藏旅游业的发展

西藏自治区（以下简称西藏）位于青藏高原的主体部分，平均海拔在4 000m以上，故有“世界屋脊”之称。西藏在20世纪50年代以前，交通落后，行程时间要以月和年来计算。1954—1973年，青藏公路、川藏公路、新藏公路、滇藏公路、中尼国际公路相继建成，改变了西藏交通封闭的状况。目前，西藏共有20条国道、省道干线公路、401条县乡公路和74条专用公路，总里程达4.22万千米，基本实现了县县通公路，乡镇建制村通车率分别达到93%和73%。西藏和平解放至1978年，国家投入大量的资金，先后建成了当雄机场、贡嘎机场、和平机场和邦达机场，航空运输发展迅速。现在民航使用的是拉萨贡嘎和昌都邦达两个机场，林芝机场即将建成使用。目前已开通了拉萨、昌都至成都、北京、西安、重庆、西宁、广州、昆明和加德满都等十几条航线，民航客运能力持续增长。现在，每周有60多个航班，旺季时每周达到80多个航班，2004年旅客吞吐量突破了80万人次。交通的发展促进了西藏旅游业的发展，1980—2004年，全区累计接待海内外旅游者733万人次，其中，接待国外旅游者143.6万人次，接待国内旅游者589.4万人次。2005年西藏共接待国内外游客约180万人次，旅游总收入达193亿元。多年来，青藏高原空中航线和公路客运虽然不断发展，但由于种种客观条件所限，还远不能满足国内外游客的需求。公路和民航运输是游客进出西藏的主要途径，由于公路里程长，路途险要，耗时长，机票价格居高不下，使许多游客望而却步，西藏的可进入性较差，制约了旅游业的发展，交通成为发展旅游业的“瓶颈”。

修建进藏铁路是几代中国人的梦想，民国时期，孙中山就从国防和发展经济的角度，提出在西藏修建铁路，并拟定了详细的与内地和沿海相连、通往西藏地区的铁路网。西藏的交通一直是制约西藏社会经济发展的“瓶颈”。新中国成立后，党中央、国务院对修建进藏铁路一直关怀备至。1963—1979 年 9 月，青藏铁路已经从西宁修到了格尔木，1984 年，青藏铁路西宁至格尔木段开始运营。建设青藏铁路二期工程是党中央、国务院在新世纪之初做出的战略决策，是西部大开发的标志性工程。2001 年 6 月 29 日，国家投资 262.1 亿元，全长 1 142km 的青藏铁路格尔木至拉萨段正式动工修建。2005 年 10 月 12 日，青藏铁路全线铺通，西藏终于结束了不通铁路的历史。青藏铁路的建成，将对西藏经济、社会、文化的发展产生积极而深远的影响。青藏铁路建成后，还将依托拉萨建设至林芝、日喀则的延伸线。随着青藏铁路的贯通，一个以拉萨为中心，公路，航空、铁路运输方式协调发展的交通运输体系正在西藏逐步形成。进入西藏难的交通瓶颈问题将成为历史，西藏旅游业迅速发展的时期将要到来。

青藏铁路的开通将使青藏铁路沿线旅游成为全国和区域旅游规划的重点，有利于西藏旅游业的发展。在 2004 年年底召开的全国旅游工作会议，编制了第十一个五年计划，期间西藏自治区与青海省制定了《青藏铁路与旅游线网建设规划》，将利用青藏铁路的优势，构筑世界顶级旅游线网。西藏、青海将与陕、甘、新、川、渝、滇诸省、区、直辖市联手，同时创造条件与南亚、东南亚诸国合作，制定不同的跨国旅游线路。西藏自治区也在青藏铁路修建和铺通之际，对 2005 至 2020 年间西藏旅游产业的发展做出总体部署，制定了《西藏自治区旅游发展总体规划》。西藏旅游发展的总目标是以入境旅游为先导，国内旅游为主体，区内旅游为补充，依托特色资源，发展多样化的旅游产品，打造精品品牌体系，将西藏建设成为中国与南亚地区跨境旅游的结合点，成为融青藏高原生态与藏族人文体验于一体的世界最著名的旅游目的地。青藏铁路开通后，西藏旅游业会成为区域大旅游发展中的重中之重，将会是最大的受益者。

【案例点评】

旅游产业的迅速发展和交通资源的不匹配从很大程度上影响了旅游经济的平衡健康发展，另一方面完善旅游产业功能的要求呼唤旅游交通要素的合理配置与创新发展。青藏铁路的开通在一定程度上解决了进入西藏难的交通瓶颈问题，必将极大地带动西藏及沿线地区旅游业的快速发展。



本 章 小 结

本章分析了我国航空、公路、铁路、水路等旅游交通发展现状，并结合当前政治、经济发展情况探讨了其未来发展趋势，最后指出构建旅游交通综合运输体系是我国旅游交通工具发展的必然之路。

复习思考题

一、问答题

1. 简要叙述我国旅游交通发展现状。
2. 简述我国旅游航空交通发展现状。
3. 简述我国旅游铁路未来发展趋势。
4. 查阅资料，论述构建旅游交通综合运输体系的必要性。

二、名词解释

1. 旅游专列
2. 专门旅游运输

第 11 章　国际旅游交通发展态势

学习目标与要求

（1）了解国际旅游交通业的总体发展态势。

（2）理解国际旅游交通企业联盟化的意义。

（3）掌握国际旅游航空、公路、水运、铁路交通企业的发展态势。

导入案例

克罗地亚国有航空公司转向私有化

2013 年 10 月 5 日，克罗地亚政府宣布启动国有克罗地亚航空公司的私有化进程，欧盟以外的投资方最高可购得 49％的股权，欧盟内的投资方可购得更高比例的股权。

克罗地亚航空公司是克罗地亚第一个国有公司，目前估值 3 亿欧元，预计在 9 个月内完成私有化进程。有报道称，一家印尼航空公司表示愿意出资收购其 49％的股份，双方已在探讨具体细节。

11.1　国际旅游交通发展总态势

综观历史与目前发展特征，国际旅游交通在经营方式和运行方式上表现出国内市场自由与国际市场一体化、企业私营化与国际合作多元化、国内集团巨型化与国际同盟超级化、旅客运输高速化与舒适化等显著发展态势，反映出当代国际旅游交通运输活动的一般规律和总体趋势。这些发展态势是国际旅游交通经营决策的依据和未来发展规划的基础，具有重要的现实指导意义和长远战略意义。根据国际发展态势来确定我国旅游交通业的发展目标和方略，对于我国旅游交通业进入全球一体化国际大市场，谋求国际资源共享十分必要。

11.1.1　国内市场自由化与国际市场一体化

交通运输是国民经济的大动脉和国防建设的生命线。因此世界各国长期以来对国内交通运输采取严格的政府管制，对国际交通运输采取政府间国际协议管理。随着军事运输专业化程度的加深和国内经济对交通运输依赖程度的提高，二战以后首先是公路和水运，然后是铁路和航空逐步由政府管制转向市场调节。1978 年，美国国会通过放松航空运输管制法，全面放松了对国内商业航空运输的管制。之后，澳大利亚、英国、日本等也逐步放松了本国国内航空运输的管制，放松管制政策，使得航空公司在开业、停业，开辟国际、周内航线和制定航空运价等方面获得较多自由，标志着国内交通运输市场全面走向自由化。

1980 年，英国重新制定交通运输法规，放宽了对旅游汽车经营的限制。赋予私营旅游汽车公司与国营旅游汽车公司同等的经营权利和竞争机会，从而使旅游汽车业的服务质量得到很大提高，使旅游汽车消费者有了更多的选择机会，能够享受到质优价廉的服务。1982 年，美国总统里根签署了类似法令之后，有 1 700 多家新的旅游汽车公司加入旅游汽车市场竞争之中，1982—1984 年，美国旅游汽车价格由平均每客位 10.57 美元下降到 8.8 美元。1984 年一年使用旅游汽车的旅游者净增 400 万人次。

国内市场自由化使旅游交通资源配置和供需关系得到极大改善。在市场机制的调节下，长期受政府管制的旅游交通业成为吸引社会资源的热点，产业规模迅速扩大，运价在规模经营的基础上得以降低，旅游变通需求受到低水平运价的刺激不断增加。然而，在自由竞争的条件下，运力的增长是由参与竞争的众多独立企业共同决定的，其结果必然是供给最终大于需求。当国内市场需求趋于饱和时，部分过剩运力开始流向更广阔的国际市场。

美国国内航空市场进入成熟期以后，航空需求的增长点转移到国际航空市场。尽管国内航空运输发展速度比国内生产总值增长速度高出一倍，但自 20 世纪 50 年代以来发展速度一直呈逐步减慢的趋势。发生于 1990 年的海湾战争致使美国国际航空公司连年巨额亏损。在此背景下，美国首先提出“天空开放”(Open Sky)主张，试图把国内的放松航空管制政策向国际延伸。“天空开放”的主要内涵是，在通航地点、指定空运企业、运力安排方面不加限制，在业务权，即通航点、中间点、以远权、换机型等方面不加限制；运价实行双不批准制，即除非双方主管当局都不批准，有关运价即生效；包机、货运自由化；结汇自由；航班代码共享不受限制；使用和引入计算机预订系统不受歧视。1992 年，美国首先与荷兰签署天空开放协议。1995 年 2 月，美加签署空中开放协议。1998 年 1 月美日经过六轮艰苦谈判达成天空开放协议。至此，美国已与近二十个国家签订了天空开放协议。

1992 年 6 月 22 日，欧共体 12 国运输部长达成协议，在欧洲统一大市场过渡期(1993 年 1 月 1 日至 1997 年 4 月 11 日)结束后，12 国航空运输市场全部开放，航线开辟、运力安排、运价浮动等完全由 12 国航空公司自行决定。欧盟委员会自成立以来，为维护航空运输自由市场的公平竞争，一直致力于消除阻碍航空自由化的各种人为障碍和歧视性销售政策，有力推动了欧盟十五国航空市场一体化进程的发展。

欧盟内部航空市场的一体化产生了以下几个方面的影响：其一，市场竞争加剧。传统航空公司所占市场份额有所缩小，尤其是国内市场，从 75%下降到 62%。欧盟 15 国国内和国际航线在 1993～1997 年 5 年中增加了 11%，航班数约增加了 30%。几乎四分之一的国际航线有 3 家以上航空公司参与竞争，近 50%的国内航线有两家或更多航空公司参与竞争。其二，企业数量猛增。随着自由竞争机制的建立，欧盟航空企业数量增加迅猛，从 1993 年的约 130 家增加到 1998 年初的 160 多家。经过结构调整的航空公司的经营状况都十分理想，这一方面与近年来良好的经济运行形势有很大关系，另一方面也是公司本身提高效率和增强商业观念的必然结果。其三，经营战略转变，欧盟国家的骨干航空公司最终意识到它们不能占领所有的市场，而必须进行市场战略选择。借鉴美国航空公司在放松管制政策之后适应市场的做法，一些欧洲航空公司集中精力经营它们选定的主要市场。这就

导致骨干公司把主要业务向连接少数大机场的干线集中，把连接中小机场的支线留给小型航空公司去经营。

欧洲国家众多，各国土地面积普遍较小，铁路客运的优势难以发挥，然而通过广泛的国际合作，铁路已成为欧洲最主要的交通方式之一，并被确定为欧洲今后发展的重点交通方式，而不像北美国家那样把航空作为未来发展的重点。欧洲铁路共同体(Community of European Railway)于1988年成立，由欧盟成员国及挪威和瑞士的25个铁路企业组成，致力于发展欧洲铁路统一市场，促进欧洲铁路企业的合作与欧洲国际铁路运输的发展。截至1999年3月，欧洲铁路共同体成员发展到32个，其中还包括了中、东欧国家的铁路企业，铁路网遍布西、中、东欧各主要国家。1998年完成旅客周转量700亿人千米，比1997年增长3%，这已是铁路客运连续增长的第3年，说明欧洲铁路统一市场对铁路客运起到了积极的推动作用。

11.1.2 企业私营化与国际合作多元化

世界上许多国家的交通运输业正经历着由国家垄断经营向私营化过渡的历史性转变。国家对交通运输的严格管制是通过国有企业独家经营的方式来实现的，即政府投资兴建公共交通设施并设立国有企业进行垄断经营，从而保证国民经济和国防建设对交通运输的需要。但随着军事运输与公共交通的分离，国家开始强化民用交通业的经济功能，要求交通运输通过市场化运行形成合理的投入产出比。为适应市场经济规律的要求，政府对交通运输实行产权和经营权的分离，私有化或国有民营的经营管理模式应运而生。在政府管制阶段，旅游交通企业受到市场准入和价格规定等政府政策的严格控制，在私有化阶段，旅游交通企业主要根据市场需求灵活确定运力和运价水平。

铁路运输依赖国家巨额财政补贴维持营运的局面开始改观，私有化成为世界铁路交通发展的一大趋势。日本国营铁路企业长期亏本经营，负债累累，难以为继。1987年4月1日，该公司被改造成7家私营运输公司。私有化之后的10年间，铁路经营效益显著提高。7家私营公司成立当年实现扭亏为盈，1995年实现赢利209.9亿日元；客运量持续增长，年均增加2.6%；运价水平趋于稳定，9年内只有3家公司有一次提价记录；服务质量明显改善，普遍更新列车车厢，东京地区市郊铁路客运拥堵程度下降20%。1994年4月，负债32亿英镑的英国铁路公司实行私有化改造，从而摆脱了每年对铁路运输总成本43%的巨额财政补贴。

欧洲民航企业私有化进程正在加快。法国航空公司计划1999年上半年向公众出售价值7.17亿美元的股份，约占公司总资产的20%，从而使法国政府在法航持有的股份将下降到52%左右。拉美国家止在对88个机场私有化，计划吸纳社会资金100亿～150亿美元。亚洲国家，尤其是印度和泰国加快了对国旗航空公司的私有化进程。

在私有化条件下，政府通过产业政策进行宏观管理和间接调控，企业根据市场供需关系进行微观营运，当国内市场自由化发展到一定程度时，国内资源开始出现过剩和短缺两种极端化趋势，国际间资源共享和优势互补就成为必然选择。运输能力过剩的发达国家开始寻求运力供不应求的国外市场，先是发达国家之间的对等互补，之后是发达国家与新兴发达国家之间的保留对等合作，然后是发达国家向欠发达国家的不对等介入。



国际旅游交通的发展，首先遇到国家保护政策和国际法主权原则的遏制。国家保护政策拒绝或严格限制外国交通运输企业进入本国市场，以保护本国民族交通业的发展。主权原则赋予各国完全排他的领土、领海、领空经营管制权，国际间的交通运输必须按照对等原则通过签署政府间双边协议进行安排，通航城市、运力、运价等均按双方一致、完全对等原则予以规定。礼仪接近的国家组成国际政府间组织，确定统一的运输原则和经营方式，协调运输活动中出现的问题。加入同一组织的成员国，实际上是加入了一个政府间国际多边协议，由此促进国际旅游交通在更大范围展开。

随着政府管制的放松和私有化进程的加快，企业直接向国外拓展成为一种势不可挡的潮流。在此情况下，由各国交通企业组成的民间国际组织开始出现，在国际政府间组织的规定下开展多方位业务活动。在国际民航组织规定下成立的国际航空运输协会，在协调各成员航空公司进行广泛国际运输合作和统一运输服务操作程序与标准等发面发挥了巨大作用。

进入 20 世纪 90 年代，航班代码共事合作形式逐渐由国内延伸到国际。不同国家的航空公司通过航班代码共享合作形式，把经营触角延伸到世界各地。代码共享使各航空公司通过调整各自的航班时刻来提供更好的联运服务，并通过控制各方的总运力来改善需求平衡。旅客可以在代码共享的两家航空公司的航线网络内随意转机旅行。

各国航空公司还积极开展国际市场营销合作，其中最常见的形式是推行统一的常客奖励计划。旅客在乘坐不同航空公司航班时获得一定积分，在实行统一常客计划的伙伴航空公司之间积分可以合并计算。比如，旅客乘机从 A 点到 B 点，然后从 B 点到 C、D、E 各点，最后回到 A 点，在整个旅行过程中，无论乘坐或换乘哪家伙伴公司的班机，旅客都可获得并随意组合和兑换奖励的飞行累积分数。

世界经济各个行业都在通过兼并和收购实现跨国联盟。旅游交通企业虽然也有通过参股、控股甚至收购方式结盟的现象，如英航购买澳大利亚快达航 25%的股份，北欧航拥有英国米德兰航空公司 40%的股份，英航购买法国的自由航和德国的英德航，荷兰皇家航购买英国的联合王国航空公司等。但是，各国法律普遍对以上联盟形式加以严格限制。在此特定条件下，各国航空公司更多地通过签署内容广泛的业务一体化协议实现国际联盟。

国际航空联盟具有两个显著标志：一是联盟成员应包括两个或更多国家的航空公司；二是联盟协议包含广泛的业务一体化内容，如航班代码共享、候机室共用、统一常客计划、统一采购、联合预定等。两家航空公司签订单一或少量业务项目(如某些特定航线的航班代码共享，统一常客计划，或联合市场营销等)合作协议，一般认为只构成“联盟关系”或合作伙伴关系，而不是真正意义上的国际联盟。比如，中国国际航空公司已经和美西北航达成航班代码共享协议，但国航还不是美西北/荷兰皇家航联盟的成员。

国内交通运输业由国家垄断经营向私营化的过渡，是国际交通运输业由单一政府双边协议形式向民间组织、航班代码共享、统一市场营销、跨国联盟等多元化形式转变的基础。交通运输企业由小规模双边国际合作关系，到大规模的多边、全方位联盟，乃至向超级联盟发展的趋势，反映出旅游交通业已不再是局部的或区域的，而是正在演变成一个全球性行业，这是世界经济全球一体化不断深入的必然结果。



11.1.3 国内集团巨型化与国际同盟超级化

在社会化大生产的高级阶段，旅游交通运输以低成本、高效率为基本运营特征。低成本的实现取决于企业的优化组合和生产力资源的合理配置，这势必导致优势企业兼并劣势企业，优势企业之间强强联合，从而以最低的资源成本，实现最佳的经济效益。而高效率则取决于规模经营和网络沟通，这要求采用现代化集团管理模式和高科技计算机网络技术，以便使集团的经营战略、策略以及实施方案在整个集团系统内得到迅速传递与贯彻，及时实现企业与消费者的供求信息交流，从而通过系统化规模经营有效地满足不断变化的市场需求。

20世纪80年代末90年代初，世界各国骨干航空公司通过收购、兼并国内航空公司向巨型化方向发展。法航和英航在分别吞并两家国内航空公司后，荷兰皇家航在吞并4家国内航空公司以后，均已发展成为世界级巨型航空公司。美国三角、美洲、联合等航空公司也积极收购国内其他小型航空公司，并大量购买美国东方、泛美、大陆等濒临破产企业的航线经营权与设施。据国际航协统计，2005年世界上运送旅客人数(包括国际和国内)最多的5家航空公司依次是汉莎航、英航、法航、荷兰皇家航、美国航空。美国同时也是国内线最大市场，美国的达美航空、美国航空、联合航空与西北航空等，为全球前四大国内线航空公司，日本的全日空排名第五。所以，整合国内和国际航线总载客量，美国航空仍是全球第一大航空公司，其次是达美航空、联合航空、西北航空、日航，而美国航空公司的客运量远远大于排名第二的达美航空公司。这表明通过国内联合、并购，诞生了一批世界上巨无霸的航空集团，并且开始面向国际扩张。

随着国际航空市场的日益开放，现有巨型国际航空公司希望建立更广泛的全球运输网，而小型航空公司也在政府的批准下获得开办国际航空运输业务的权利。其结果，一方面是巨型航空公司或巨型航空公司网络迅速形成，另一方面是“利己航空公司”大量涌现。后者规模一般较小，专门在国际航空运输不发达的新兴市场从事低成本短距离运输，并仿照美国国内航空公司合作伙伴经营模式向巨型伙伴公司输送客源，从而依靠“市场垄断利己”和“合作伙伴利己”获得生存和发展的保障。

为了发挥航空运输续航能力强的优势，并把航空运输发达国家剩余的航空运力投入运力不足的国家和地区，世界大型航空公司开始缔结国际联盟。1987年，美联合航和英航率先达成“市场营销合作”协议。此后，美三角航和新加坡航互换1.8亿美元的股权。1993年，英航购买美合众航19.9%的优先股。购买其他航空公司股权或双方互换股权，是世界各国航空公司运输经营国际化的重要方式之一，它可以使航空公司获得经营对方国际航线和使用对方航班代码的权力，有利于航空公司在航空管制严格的国家或地区间接经营航空运输业务。

进入20世纪90年代，国际航空联盟逐步向超级化发展，形成以广泛业务一体化多边协议为基础的3个超级国际航空联盟。它们是：创立于20世圮80年代的荷兰皇家航美西北航联盟，现已发展了荷兰皇家航、美西北航、大陆航和意大利航4个成员；于1997年5月成立的明星联盟，现有汉莎航、联合航、北欧航、加拿大枫叶航、泰航、巴西航、澳大利亚安塞特航、新西兰航和日本全日空9个成员；于1998年9月21日成立的寰宇一家联

盟，拥有英航、美洲航、加拿大航、澳大利亚快达航、国泰航、西班牙航和芬兰航 7 家成员。此外，法航和黄三角航于 1999 年 6 月 22 日签署协议，计划于年底成立国际航空联盟。该联盟计划吸收瑞士航、比利时航、土耳其航和奥地利航等合作伙伴，有可能形成又一个超级国际航空联盟。

11.1.4　旅客运输高速化与舒适化

速度是旅客运输永恒的主题，旅游交通发展史在某种程度上是提速技术不断革新、运输速度不断提高的演变历史。在不断提高运输速度的同时，旅游交通为适应旅游者高层次享受的需要还在不断提高舒适性。在新旧世纪之交的今天，高速化和舒适化已成为世界旅游交通发展的显著特点和主流趋势。

全世界已有 50 多个国家修建了高速公路，总里程已达 15 万多千米，而且仍在以每年 3 000～4 000km 的增幅延长，表明世界公路运输已进入高速公路时代。以欧盟 15 国为例，高速公路建设保持着持续高速增长的态势，1970—2003 年的 33 年中高速公路由约 1.6 万千米增加到约 5.4 万千米，增长了近 4 倍。

1990 年，世界商业运输机发展到 12 120 架，其中喷气式飞机占 77%，标志着世界航空运输已进入喷气机时代。1998 年，世界喷气式商业运输机机队扩大到 12 578 架，其中客机 11 033 架。据波音公司当时的预测，今后 10 年世界喷气式商业运输机队将进一步扩大到 19 100 架。此外，世界超音速商业运输机的巡航时速已突破 8 000 多千米，在未来解决噪声问题后，有可能成为新一代超高速民用客机。

日本和欧洲已建立起比较完善的高速铁路网，北美、亚洲、南美也在积极建造高速铁路或制定高速铁路发展计划。目前，世界上已新建或经对现有铁路改造拥有高速铁路的国家有日本、法国、德国、意大利、西班牙、比利时、瑞典、英国、美国、俄罗斯、瑞士和中国，正在建设高速铁路的国家有韩国和波兰，已制定高速铁路建设计划的国家有加拿大、奥地利、澳大利亚和巴西等，表明世界正在步入高速铁路时代。高速铁路技术和网络发展使铁路竞争力得以增强。1998 年上半年欧洲铁路共同体高速铁路完成客运量 6 300 万人次，比 1997 年同期增长 25.7%。跨国高速铁路客运市场份额显著提高，比如比利时布鲁塞尔至法国巴黎跨国高速铁路客运线开通后，使两地间旅行时间缩短到 1 小时 25 分钟，也使得铁路运输的市场份额由以前的 24%扩大到 48%，超过私人轿车(43%)，成为主导客运方式。

21 世纪初新型超高速磁悬浮列车将正式投入商业运营。它是利用直线电机原理，使列车在磁力作用下浮起，沿特制轨道运行。目前正在研制列车的主要有两种制式，一是日本等国采用常规铁芯电磁铁的磁吸式，一是德国等国采用超导磁体的磁斥式。德国从 20 世纪 60 年代起开始研制磁悬浮列车，1988 年制造出实验时速可达 412km 的磁悬浮列车。日本 1979 年试制成功实验性磁悬浮列车，时速达 517km。日本于 21 世纪初在东京至大阪间启用磁悬浮列车，载客量为 1 300 人，最高时速 550km，使用时速 500km；德国于 2010 年在汉堡至柏林间投入使用磁悬浮列车，长途载客量为 820 人，最高时速 500km，使用时速 400km。

世界游船业继续向两极化发展，巨型远洋游船是发展主流，它的体形越来越大，设施

越来越豪华，航速基本上保持在每小时 50km 左右的高速度。小型游船则向高速化发展，时速在 70～150km 的气垫船和水翼船等短程高速快船将在沿海和内河旅游区广泛应用。

现代旅游交通工具在提高运行速度的同时，还积极引进高科技娱乐与信息技术，配置豪华服务设施与设备，不断提高旅行生活质量和舒适性，从航空座椅的发展来看，以前主要是改进其可调节幅度和加宽座椅行间距，以提高旅客坐、卧、行的舒适性和方便性。目前，普遍在座椅上加装音像娱乐系统，有的还提供国际互联网端口，使旅客在座椅上得以随意点播娱乐节目或通过便携式电脑上网娱乐或开展工作。自 20 世纪 90 年代初，世界上先进的民用客机和远洋游船开始配备国际卫星电话通信系统，目前预订和最新研制的客机、游船，旅客列车普遍设计有此类设备。预计未来旅游交通工具的用途将不仅仅是舒适的旅行游览，而且还是舒适的商务会议载体。

11.2 航空旅游交通发展态势

11.2.1 架空中桥梁，辟国际旅游通衢

1900 年，美国莱特兄弟试制成功世界第一架飞机，迄今只有 100 多年的历史，一战期间，飞机主要用于军事运输，其技术性能得到迅速提高，航速达到每小时 209km。比战前提高一倍多。此后，飞机主要用于邮政运输。1927 年，汽车制造商亨利·福特介入飞机制造领域，并于 1929 年制成福特三发动机飞机。该机设有 12 个座位，是世界上第一架主要用于客运的飞机，由联合航空公司购买并投入旅客运输。然而，真正具有商业价值的现代客机是道格拉斯公司于 1936 年推出的 DC－3 型客机。该机设有 21 个座位，比福特客机多 9 个，巡航速度达到每小时 274km，比一战结束时提高约 31%。而经营成本仅比以前增加 10%。因此该机型投入美洲航空公司客运航线后获得巨大的商业成功。在商业利润的推动下，DC3 型客机共生产了 10 926 架，至今仍保持着产量最多的世界纪录。

舒适性差是长期制约航空客运发展的重要因素之一。早期飞机的飞行高度一般不超过 3 000m，因为超过这临界点，旅客在含氧减少和大气压力降低的条件下会产生强烈眩晕甚至昏厥。但是，飞机在低空飞行，易受低空气流和雷雨天气的影响，剧烈的颠簸会使旅客感到身体疲倦和精神恐慌，还会引发飞机机械故障的出现。1940 年，波音公司制造了第一架密封舱客机——高空飞机，该机设有 33 个座位，采用了可根据飞行高度自动调节气压的密封客舱，从而使舱内空气在任何高度都保持恒定的正常状态。密封舱的使用，使飞机飞行高度提高了一倍，达到 5 000m。阻力较小的高空条件下，飞机航行十分平稳，巡航速度提高到每小时 300 多千米，航空客运技术的提高大大推动了国际旅游业的发展，1940 年世界民航定期航班完成旅客周转量 25 亿人千米，比 1930 年的 3 亿人千米增长了 8 倍。

二战对民航业的大规模发展产生了巨大影响，其中包括促使飞机设计向更快、更高、更远的标准提高，更重要的是使飞机生产形成规模化。1939 年，全美每年生产飞机不足 300 架，二战结束时仅美国年产飞机就达 5 万架之多，航空运力和飞机生产能力的提高，为战后民航业的发展奠定了坚实的物质和技术基础。

1949 年，世界上第一架喷气式运输机在英国试飞成功。经过近 10 年的技术攻关，以美国波音 707 和 DC－8 型为代表的世界第一代喷气式客机终于在 20 世纪 50 年代末投入使用。该类运输机巡航速度达每小时 800km，是当时轮船航速的 20 多倍，铁路运行速度的 10 多倍。

此前，乘飞机从纽约向东到欧洲需要 15h，向西到欧洲需要 20h，而乘坐喷气式客机只需原来一半的时间就能完成这两种旅行。飞行速度的提高，相对“缩短”了世界各地之间的距离，“增加”了人们的可支配时间，从而使更多的较为富裕阶层人士加入国际旅游行列。1950—1960 年，世界民航定期航班周转量由 280 亿人千米增长到 1 090 亿人千米。同期世界各国接待国际旅游者人数由 2 530 万人次增加到 7 200 万人次，分别增长 2.9 倍和 1.8 倍。

20 世纪 60 年代末 70 年代初，以波音 747 型和 DC－10 型为代表的第二代喷气式客机——宽体客机问世。此类机型具有机舱宽阔，座椅舒适，飞行安全、平稳，载客量大和单位成本低等特点。金钱是进行旅游活动的重要条件，低廉的机票价格无疑为众多中低收入阶层人士打开通向国际旅游的大门。1970 年，世界民航定期航班旅客周转量比 1960 年增长 4 倍。达到 4 600 亿人千米。同年，世界国际旅游者人数增加到 1.6 亿人次，比 1950 年增长 5 倍多，比 1960 年增长 1.2 倍，标志着大规模国际旅游时代已经到来。

11.2.2　多灾多难，发展速度趋缓

近几年，国际局势风云多变，突发事件、国际战争、经济动荡交替上演，使得国际航空运输业一波三折，发展速度缓慢。其中，国际燃油价格的上升对国际民航业影响深远。国际石油价格从 2003 年的 22 美元一桶，攀升到 2005 年的 50 美元一桶，而且还有继续上升的趋势。

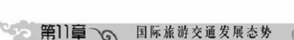
石油价格的上升大大提高了航空业的成本。2005 年，国际航协成员公司全年燃油成本达 890 亿美元。2000—2005 年，5 年内国际航协成员航空公司共亏损 430 亿美元。

尽管存在着世界范围内的巨大挑战，但是全球内蓬勃的经济发展态势、快速膨胀的航空市场需求共同推动着国际航空业的发展，尤其是低成本航空的推出大大提高了航空业的赢利能力。在 2000—2005 年的 5 年间，国际航协成员企业的燃料利用效率提高了 21%，劳动生产率提高了 54%，2002—2005 年 3 年间 20 亿美元，年增长率为 25%，亏损额大大降低，从 2004 年的 56 亿美元降低到 32 亿美元。

11.2.3　放松管制，市场竞争自由化

1978 年美国放松航空管制法案的颁布实施对美国乃至整个世界航空运输业作为一个经济产业的发展产生了深远的影响。此后，政府对航空运输业的管理逐步弱化，市场成为调节航空运输发展速度与价格水平的决定因素。该法案出台的历史背景是多方面的，其中宽体客机的普及使用和 1973 年阿拉伯国家对美国的石油禁运是直接诱因。

宽体客机的普及导致航空运力大量过剩，石油禁运引起经营成本大幅上涨，受到政府严格管制的航空运输企业无权自主开辟新航线和提高运价，因而陷入空前的经营危机。为了保护航空公司的经济利益，美国民航委员会采取了提高运价和控制运力增长的措施，但

这两项措施损害了航空旅客的消费利益，严重抑制了航空运输需求的增长，结果是供需双方矛盾进一步恶化。让市场决定航线、运力和运价成为航空企业和公众的共同呼声。1978年放松航空管制法案应运而生。根据该法案，政府对国内航线、航班、运价的管制在4年内逐步放开，民航委员会于1985年1月1日宣告解散。

放松管制导致中心机场(亦称轮毂机场)与轮辐网络迅速扩展。它是一种安排和调度飞机的网络系统，建立它的目的在于使每一架飞机能够在该网络系统内得到充分利用。中心机场是占据战略地位的机场，它通过轮辐(一般指国内航班)连接周边区域机场、其他轮毂机场和国外通航机场，随着经营航线的增多，一架航空公司每天由中心机场起飞的班机可达数十架次之多，通往数十个目的地。为了提高客座利用率，航空公司除了挖掘中心城市的固定客源外，还必须通过中心机场的中转功能加强本公司各航班之间的客流沟通，形成中心机场与轮辐航线的高效循环系统。这系统建立在航线和运价完全自由开放的基础上，因而在1978年以前是不可能实现的。与过去的点到点直达航班营运方式相比，中心机场与轮辐网络可以覆盖更宽阔的市场，从而吸引更多的旅客。同时，航空公司可以通过自己的中转网络系统将旅客运抵最终目的地，而不必在中转机场将旅客拱手让给其他航空公司。此外，它还为大型客机进入小城市航空市场开启了大门。拥有数十万人口的小城市往往难以产生通往单一目的地直达航线客机所需的客源，然而却足以提供连接十几个不同目的地的大型客机所需的需求量。众多小城市的客源汇入中心机场与轮辐系统，保证了航空客流的稳定增长，这是美国航空运输普及化和航空运输业得以长期高速发展的重要原因之一。

随着欧盟航空市场一体化的不断深入，欧洲也出现了中心机场增多的发展趋势。中心机场汇聚着众多进出航线，因此有利于创造更多的旅客衔接与转机机会。与美国一样，欧洲骨干航空公司希望通过实施中心机场经营战略，满足旅客对“客源地—目的地”直飞旅行的需求。然而，欧洲国家在航空运输环境方面与美国有一些区别，其中最明显的区别就是运输市场覆盖的地理面积小，这使得中心机场策略在纯粹的区内航空运输方面的运用不甚理想。由于航线平均里程较短，欧洲航空运输衔接与中转服务的替代程度要低得多。在这种情况下，欧洲中心机场战略的主要任务是最大限度地提高运输效率，促进客座率的提高，而不是进行衔接和中转运输。

放松管制带来的另一个显著变化是航空公司数量急剧增加。1978年，美国只有36家大型定期航班航空公司。而1984年此类公司猛增到123家。20世纪80年代末，部分劣势公司被淘汰或兼并。到1993年，随着直达航线运输，低成本运输及无装饰运输的回潮或兴起，航空公司数量又有所增加。公司数量增加的直接原因是倒闭的航空公司为社会提供了大量廉价的二手飞机和富余的驾驶员，从而使航空公司的开办和经营费用大大降低，并有可能通过提供低价位运输服务迅速占领日益扩大的低消费航空运输市场，获得高额经济回报。

新增低价位航空公司引发了航空市场空前的价格大战。折扣票价成为各公司竞争的主要手段，航空公司90%以上的客票是按折扣价销售的，平均折扣率高达66%。只有不到10%的旅客按正常票价购买客票，他们多是最后一刻购票乘机的商务旅客。占旅客总数8%的常客(指年乘机旅行10次以上者)旅行次数占航空旅行总次数的45%。他们是航空公

司最重要的客源群体。1978 年以来，航空运价的增长率只是通货膨胀率的 50%，以致公路和铁路不得不削价以便与航空公司抗衡。

在供大于求的市场环境(买方市场)条件下，市场营销成为航空公司竞争的焦点，其结果是公司常客计划这一新型营销方式的出现。常客计划是价格竞争的延伸或升华，它通过向经常乘坐本公司航班的旅行者赠予免费机票和其他形式的奖励，在保证公司整体利润的情况下让利于部分旅客，从而实现最佳的长远销售和市场宣传效益。在美国，各大航空公司均推行自己的常客计划，许多小型公司参与大公司的常客计划。各公司的常客计划互不相同，但其基本内容是一致的。参加常客计划的旅客根据飞行里程获得相应积分(一般每英里得一分)。

当积分达到常客计划规定的总分数时，该旅客将得到实施常客计划的航空公司或参与公司的奖励，如免费机票和免费提高舱位级别等。常客计划的新的发展趋势是跨行业协作，特别是与信用机构的协作。跨行业常客计划使得一般顾客购买日常商品达到指定金额也可以得到免费机票，而旅客也可以用飞行积分换取一般商品或其他服务，如饭店住宿等。

放松管制政策带来的另一个显著变化的计算机预订系统的普及推广。它使航空公司及其销售商得以及时掌握航空运价和服务的最新变化，并有效提高处理每日数百万航空旅客的各种服务要求的效率。有些大公司还创建了自己的计算机预订系统，并可向加入本系统的其他航空公司收取特许使用费。

计算机预订系统的广泛应用，带来又一个新合作经营形式——航班代码共享。自 20 世纪 80 年代中期开始，各种航空公司之间开始通过签署航班代码共享协议，走上一条全新的合作经营道路。根据协议，小型航空公司可以在计算机预订系统中使用对方大型公司的两位数公司代码，从而使本公司的衔接航班获得大公司直达航班在预订系统的优先处理权。由于机票代理商一般根据预定系统的优先顺序向旅客发售联程机票，参加航班代码共享协议的小型公司就会因此提高机票销售量，而大公司也因众多小公司的加入而获得可观的代码特许使用费和更大的市场占有份额。

11.2.4　天空开放，超级联盟初现端倪

20 世纪 90 年代初，美国开始向世界各国推行天空开放政策。根据天空开放协议，协议签署国的指定航空公司得以经营飞往对方境内任何目的地的业务。比如，根据美国天空开放协议，加拿大指定的本国航空公司获得飞往美国境内任何目的地的经营权，而美国指定的本国航空公司获得飞往除多伦多、蒙特利尔和温哥华以外的加拿大任何目的地的经营权。飞往多伦多等 3 个城市的航空经营权在签约后 3 年内陆续对美开放。协议执行以后．美加城市之间开辟了一百多个定期联运航班。

天空开放政策为国际航空联盟战略的实施铺平了道路。荷兰皇家航和美西北航联盟就是在美荷天空开放协议保护下发展壮大的。明星联盟、寰宇一家和拟议中的法航美三角航联盟的成立，标志着国际航空联盟正向超级化发展。国际联盟增强了成员航空公司在航空器材租赁、预订系统、代码共享等方面的广泛国际合作，并有利于在现行国际航空法律体系下有效扩大国际航空网。实践证明，国际联盟成员航空公司是最成功的航空公司。比如，1997 年 5 月明星联盟成立，截至 1999 年 5 月该联盟成员公司的利润提高了 10%。



欧盟委员会对美国的天空开放政策持反对态度，认为美国与欧盟个别成员国签订天空开放协议，必然会对欧盟其他成员国带来损害。因此，欧盟正在考虑用欧盟条款取代国际条款，用欧盟协议取代政府双边协议，从而使欧盟各国航空公司获得全球一体化带来的巨大经济利益。在欧盟统一对外航空政策指引下，欧盟内部市场实现了高度自由化，同时也使欧盟航空公司在全球航空市场占据了较大份额。据国际航协统计，2005 年世界上运送国际旅客人数最多的航空公司依次是汉莎航空、英航、法航、荷兰皇家航空、美国航空，除美国航空外全部是欧盟成员国的航空公司。

欧盟委员会虽然对美国的天空开放政策持有异议，但还是承认航空联盟对其成员国航空公司参与国际市场竞争利大于弊。因此，它倾向于一定条件下支持欧美超级航空联盟的发展。基于这种考虑，欧盟公平竞争委员会于 1996 年 7 月 3 日开始对 4 家欧美航空联盟进行审核，以确定其合法性。这四家联盟分别是英航、美洲航联盟，汉莎航、北欧航、美联合航联盟，荷兰皇家航、美西北航联盟，以及比利时航、奥地利航、瑞士航、美三角航联盟。1998 年 7 月 8 日，该委员会宣布，汉莎航、北欧航、美联合航联盟限制了正常的市场竞争，违反了该委员会公平竞争协定第 85 条规定。英航、美洲航联盟将形成美英中心机场之间的垄断优势，违反了协定第 85 条和第 86 条规定。

欧盟委员会提出批准英航、美洲航联盟的条件包括：①减少英航—美洲联盟在 3 条中心机场航线(伦敦—达拉斯、伦敦—迈阿密、伦敦—芝加哥)的航班数量。以上 3 条航线的年均客运量超过或接近 12 万人次，而英航—美洲联盟在这些航线的航班超过每周 12 个班次。为避免不正当竞争，在联盟得到欧盟批准后 6 个月内，如果参与以上航线竞争的其他航空公司要求该同盟削减航班数量，那么该同盟必须减少。②如果参与竞争的其他航空公司希望增加新的运输项目或拓展现有运输业务，而又得不到所需飞机起降通道，那么该联盟必须让出其在伦敦的起降通道。根据以上两项补偿性规定，该联盟最多将无条件放弃 267 条机场起降通道。与此同时，美国司法部反垄断司指出，航班代码共享的做法在技术上无须获得政府的批准。但该司将会关注如何保证消费者的利益不受损害。司法部有权制止或下令更改有碍公平竞争的公司协议，事实上它已于 1998 年 5 月建议两家公司放弃它们在美国的 336 条飞机起降通道，否则将制止这两家公司的联盟协议。

该委员会提出的批准汉莎航、北欧航、联合航联盟的前提条件包括：①减少该联盟在两条中心机场航线(法兰克福—华盛顿、法兰克福—芝加哥)的航班数量。以上两条航线的年均客运量超过或接近 12 万人次，而该联盟在这些航线的航班超过每周 12 个班次。为避免不正当竞争，在该联盟获得批准后 6 个月内，如果参与以上航线竞争的其他航空公司要求该联盟削减航班数量，那么该联盟必须减少。②如果参与竞争的其他航空公司希望增加新的运输项目或拓展现有运输业务，而又得不到所需的飞机起起降通道，那么该联盟必须让出其在法兰克福和哥本哈根的部分起降通道。根据以上两项补偿性规定，该联盟最多将无条件放弃 108 条机场起降通道。

航空界普遍认为，国际航空联盟将产生以下积极作用：①旅行常客计划可以扩展到更多的伙伴航空公司航线；②一家航空公司的旅客可以使用另一家伙伴航空公司在机场设立的贵宾候机室或其他便利设施；③航空同盟形成的经济规模为降低运价水平提供了可能；④伙伴航空公司统一协调班期时刻的安排，有利于旅客进行中转衔接；⑤单一联票售票方

式可省去旅客购买多张衔接机票的诸多麻烦。

国际航空联盟可能能产生的负面影响有：①航空同盟一旦垄断特定市场，其他低成本航空公司就难以进入，最终可能导致运价上涨；②航空同盟一旦安于现状，在没有竞争动力的市场上服务和运力水平将难以提高。

11.3　公路旅游交通发展态势

11.3.1　迅速普及，位及主导

现代公路交通是当今世界上最灵活、最便捷、最大众化的旅游交通方式。1885 年，德国工程师本茨发明了用内燃机作为动力的汽车，标志着现代公路交通方式的诞生。受公路建筑和汽车制造技术的限制，现代公路交通在最初三十多年中，一直充当铁路和水运交通方式的辅助手段，很少在旅游活动中使用。两次世界大战期间是现代公路的快速发展阶段。由于军工技术迅速应用于民用汽车制造业，汽车的技术性能和产量都有显著提高。同时，随着公路建筑技术的提高，世界公路里程得到大幅度增加。1933 年，德国在汉堡和柏林之间建成世界上第一条高速公路。此时，公路运输不仅成为短途客运的主要方式，而且逐渐成为城市观光和短途旅游的重要手段。

第二次世界大战以后，公路交通发展到鼎盛时期，迅速取代铁路成为短途陆路运输的主导方式。如果把第二次世界大战以前称为水运和铁路时代，那么第二次世界大战以后世界交通则逐步进入公路和航空时代。据统计，1950 年英国国内度假旅游者约有 67%乘坐火车，而到 1970 年前后这一比例下降为 14%。而 1951 年英国国内度假者有 27%使用私人汽车，到 1986 年这一比例上升至 60%。目前英、美、德、意等国使用私人汽车出游者均占其国内旅游者总数的 80%以上。

在世界各种客运交通方式中，公路是唯一一种长期全面、稳定增长的交通方式。各国汽车运输市场份额都有不同程度的提高。高速公路网的不断完善和轿车(特别是私人轿车)的日益普及是两个主要原因。1994 年，汽车承担了美国旅客周转总量的 86%，日本为 52%；1993 年，汽车承担了西欧国家旅客周转总量的 80%；1997 年，公路承担了中国旅客周转总量的 55%(1998 年《中国统计年鉴》)。1960—1996 年，日本汽车客运年均增长率高达 12%，已有 80%的家庭拥有至少 1 辆汽车，而 10 年前这比例只有 67%。欧盟 15 国汽车普及率在 1970—2003 年提高了 1.5 倍多，达到每千人近 500 辆。随着汽车的日益普及和高速公路网的日益完善，公路客运量在欧盟各种交通方式客运总量中占据了绝对主导地位。

11.3.2　公路网络日趋完善，高速公路迅速蔓延

世界公路运输网里程目前约有 2 000 万千米。北美和欧洲是世界上公路网最发达、最密集的地区。此外，亚洲的日本、韩国、泰国、中国和印度，大洋洲的澳大利亚和新西兰，南美的巴西、委内瑞拉和阿根廷，非洲的埃及和南非等国的公路网也比较完善。

自 1933 年德国兴建世界上第一条高速公路至今，已有 50 多个国家修建了高速公路。



总里程达 15 万千米，而且仍在以每年 3 000～4 000km 的增幅延伸，这表明世界公路正在向高速化发展。许多国家建立起完善的高速公路网，为现代旅游公路交通运输提供了便利的条件。美国高速公路长达 9 万多千米，占世界高速公路通车总里程的 60%以上，居世界第一位。在 1970—2003 年的 33 年中，高速公路由约 1.6 万千米增加到约 5.4 万千米，增长了近 3 倍，占世界总里程的 30%以上。自从 1964 年修建第一条高速公路以来，日本在 30 多年中共修建高速公路 5 500km，而且仍在以每年 250km 的速度构筑总长 14 000km 的全国高速公路网。目前，日本多数大城市都有高速公路相连接，高速公路虽然只占全国公路里程的 0.5%，但却承担全国公路运输总额的 10%。此外，意大利、加拿大、英国、西班牙、中国等国的高速公路都超过 3 000km。

11.3.3 公共汽车增势趋缓，私人轿车增长强劲

公共汽车客运在发达国家的客运总量中所占比重有增势减缓甚至下降的趋势，而私人汽车的客运比例无论在发达国家还是发展中国家都呈现出强劲增长态势。1995—2003 年，欧盟 15 国公共汽车(含长途公共汽车)客运量占客运总量的比重由 9%下降到 8%，而以私人汽车为主的轿车客运量比重则平稳上升，从 74%上升到 75%。在美国，私人汽车是家庭旅行的主导交通方式。美国 2001 年全国家庭旅行调查显示，使用私车的家庭旅行次数占家庭旅行总次数的 89%。并且，人们根据旅行距离的不同选择合适的交通工具，距离越近，私家车的旅行次数越多。随着私车的普及以及公路公共客运功能的弱化，许多汽车客运将经营重点转移到旅游专项运输方面，它们通过购置豪华汽车和添置雷达防撞装置等先进设备，不断增强市场竞争力。大型汽车客运公司通过兼并小型公司，实力不断增强，并开始打破国界进行跨国经营，从而形成了少数国际联营汽车公司。北美洲的旅游汽车公司主要有赫兹、阿维斯、巴吉特，阿莱姆、道拉、美国国内和美国国际等出租汽车公司，以及美国灰狗长途汽车公司和加拿大莱德洛公司。

美国灰狗汽车公司由卡尔·埃里克·威克曼于 1914 年在美国明尼苏达州创建。目前下辖 4 家分公司：得克萨斯、新墨西哥、俄克拉荷马长途汽车公司，服务于西南部；佛蒙特公共汽车公司，服务于新英格兰地区；卡罗来纳长途汽车公司，服务于大西洋中部各州；以及山谷公共汽车公司，服务于得克萨斯南部和里奥格兰德山谷地区。1997 年，该公司拥有 2 000 多部长途汽车，每部车所设座位一般为 43～47 个，经营连接美国 45 个州的 4 亿千米线路，日发车 18 000 个班次，连通 2 400 多个目的地，并经营通往加拿大和墨西哥的长途汽车运输业务。1999 年 3 月 16 日，灰狗汽车公司被莱德洛公司兼并，成为后者的子公司。莱德洛公司是以救护和救援运输为主、兼营客运与旅游的综合性运输公司。其宗旨是“把人们送到必须去的地方”；而灰狗汽车公司是以长途客运为主、兼营旅游的运输公司，其宗旨是“把旅客送到想去的地方”，此次合并使两个公司形成北美最大的地面运输公司。

莱德洛公司位于加拿大安大略省，年收入约 37 亿美元，其中 91%来自美国。该公司下辖 4 个分部，分别经营学生接送服务、公共客运与旅游服务、救护车服务和紧急救援服务。该公司拥有大量救护专用汽车、长途客运汽车和旅行车，仅学生班车就有 39 000 辆，在美国 26 个州及哥伦比亚特区经营市内公共汽车客运和市郊通勤客运业务。市际长途汽

车客运主要在加拿大的魁北克和不列颠哥伦比亚等 6 个省进行，客运点多达 1 100 多个，年客运量达 200 万人次。此外，还借助市际客运网络，经营前往多伦多—尼亚加拉瀑布布法罗黄金通道、加拿大落基山以及温哥华和加拿大西海岸的众多旅游胜地的旅游业务。

欧洲的汽车客运公司主要有阿维斯、巴吉特、赫兹、道拉、阿莱姆和欧洲国际等出租汽车公司和欧洲长途汽车公司。其中，欧洲长途汽车公司在欧洲 12 个国家经营旅游公路运输业务，为旅游者提供定期、不定期和往返程包车等一百多种服务项目，行程短则半天，长者可达 17 天。其庞大的客运网西起岛国英国，东至亚洲的伊朗，营运里程达 11.26 万千米。

11.4 铁路旅游交通发展态势

11.4.1 总体仍趋下滑，局部止跌回升

铁路运输是世界上历史最悠久的现代交通方式之一，对近代旅游业的产生和发展起到了巨大的促进作用。1825 年，英国工程师斯蒂芬森主持建造了世界上第一条铁路，从而开创了现代铁路交通新纪元。之后，美国于 1830 年，法国于 1832 年，比利时于 1835 年，加拿大于 1836 年先后修建并使用铁路交通方式。到 1850 年，世界上已有 19 个国家拥有铁路。铁路运输具有速度快、运量大、运费低等特点，很快成为收入低、闲暇时间少的工薪阶层旅游者理想的交通方式，对旅游活动的普及和近代旅游业的产生提供了必要的交通条件。1841 年 7 月 5 日，英国人托马斯·库克成功地组织了世界上第一个使用铁路交通方式的大型旅游团，直接把铁路交通与旅游活动结合起来。此后，托马斯·库克创立了世界上最早的商业性、专业性旅行社。因此，托马斯·库克被认为是世界近代旅游业的创始人。

1879 年和 1905 年电力机车、内燃机车相继问世，铁路运输的各项技术性能大大提高。世界铁路营业里程迅速延长，到 20 世纪初已超过 100 万千米。到 1950 年，世界上共有一百多个国家拥有铁路。四通八达的铁路运输网成为旅游业的大动脉，沟通了各旅游客源地与目的地的联系。英国众多的铁路运输公司几乎全都经营通往温泉和海滨旅游胜地的火车一日游业务。

20 世纪 30 年代至 50 年代，铁路运输在灵活的公路运输和快捷的航空运输强有力的竞争下，步入缓慢的发展阶段，部分铁路甚至被拆除或封闭。比如，美国在此期间就拆除铁路 9 万余千米。

20 世纪中期以后，各国开始大规模淘汰落后的蒸汽机车，以快速、高效、节能的内燃机车和电力机车取而代之，以增强铁路运输的竞争力。20 世纪 80 年代末，瑞士率先成为世界上第一个完全使用电力机车国家。日本、前西德、意大利、荷兰和前苏联的电气化铁路也占全国铁路营业总里程的 60%以上。

运行速度是衡量各种交通方式发展水平的重要尺度，同时也是铁路运输继续生存和在竞争中取胜的关键。20 世纪 50 年代以来，各国十分重视高速铁路的研制与应用。1964 年，日本建成世界上第一条时速超过 200km 的高速铁路——东海道新干线，从而掀开世



界高速铁路大发展的序幕。随着铁路旅客列车运行速度和舒适程度的不断提高，铁路旅客运输正在重新崛起，成为深受旅游者喜爱的交通方式。1990 年，世界 6.4%的国际旅游者使用铁路方式出游。

在发达国家，铁路客运一般属于辅助运输方式，特别是在美国、加拿大和墨西哥，铁路客运周转量只占客运总周转量的 1%。加拿大和美国的城际铁路旅客运输发展历史十分相似。两国的铁路在 19 世纪都曾是开发西部的重要基础设施，在 20 世纪 40 年代以前一直是旅客运输的主导交通方式，但目前两国铁路只运载本国旅客总量的 1%左右。截至 1993 年年底，墨西哥公路旅客周转量占国内旅客总周转量的 95%，航空占 4%，铁路仅占 1%。

在人口密集的部分发达国家，如日本、法国和意大利等，铁路客运依然处于重要地位。其中，日本铁路客运的市场占有率远比其他发达国家要高，1960—1996 年铁路运输年均增长率为 5.7%。铁路客运量占本国客运市场总量的约 35%。在多数发展中国家，如中国和印度等，铁路客运处于主导地位。从世界主要国家近年来铁路旅客运输量的发展变化上看，世界铁路客运在经过几十年萎缩之后又开始复苏，特别是在旅游客运方面取得很大进展。

11.4.2 普通铁路萎缩，高速铁路走强

世界铁路营业总里程继续减少，但高速铁路持续增长。仅 1990 年一年，美国和法国就分别比上年减少铁路 12 297km 和 624km。1970～2003 年间欧盟 15 国共减少铁路 19 250 多千米。虽然普通铁路里程有所减少，但高速铁路里程却不断增加，比重不断上升。1995 年俄罗斯和日本的电气化铁路比重分别达到 45.2%和 59.4%。欧盟 15 国 2003 年最大时速超过 250km 的铁路里程为 2 799km，占铁路里程的 1.85%。这表明，世界铁路正向着高速度、低污染方向发展。

世界铁路正在向高速化发展。1964 年，日本在东京大阪间建成世界上第一条专用高速铁路——东海道新干线，全长 515km，其上运行的 EMU 高速列车时速达到 210km。其后于 1975 年建成山阳新干线，1991 年建成东北新干线和上越新干线。目前东海道线和山阳线运行时速达到 270km，东北线和上越线为 240km。

法国于 1967 年在现有铁路线路的基础上开行高速列车。1983 年，建成巴黎—里昂 TGV 东南高速铁路线，设计时速为 270km。1990 年，巴黎—图尔 TGV 大西洋线开通，设计时速为 300km，当年 5 月 18 日 TGV 机组在该线创造了时速 515.3km 的世界纪录。1993 年，巴黎—里尔 TGV 北部欧洲线建成通车。1994 年 5 月该线通过英法海底隧道延伸到伦敦，之后又通达布鲁塞尔。至此，法国建成以三大干线为主、众多连接线为辅的国内高速铁路网，总里程达 1 240km。法国还是欧洲高速铁路网的中心，现已连通英国和比利时，并加紧与西班牙、意大利、德国、瑞士等国高速网的连接。

德国于 1968 年在现有铁路上开行高速列车。1991 年，建成维尔茨堡—汉诺威和曼海姆斯图加特高速铁路线。1997 年，汉诺威—柏林高速铁路线贯通。

意大利于 1981—1992 年建成罗马—佛罗伦萨高速铁路，1992 年 4 月，西班牙建成马德里—塞维利亚高速线，全长 471km，是迄今为止欧洲一次性建成最长的高速铁路线。

1998年初，欧洲高速铁路网总里程达到2 800km，在西欧，高速铁路在铁路旅客总周转量中所占比重提高到10%。根据国际铁路联合会高速铁路特别工作组编制的《欧洲高速铁路网总体规划(2010年)》，欧洲高速铁路网总里程将达到23 000km，其中新建线路为12 000km。同时还提出建设长达35 000km的泛欧高速铁路网远景构想。

高速铁路系统一般连接相距160～800km的都市，运行速度超过200km/h。高速铁路技术分为3种类型：①提速铁路系统，主要是指在现有轨道上经改造的享有优先通行权的铁路客运服务，技术速度在200～240km/h，在美国和英国比较普遍。②新建高速铁路系统，技术时速在300km/h以上，在日本、法国和德国比较普遍。③磁悬浮系统，利用磁力抬升、推进和引导车辆在特制的导轨上空行进。由于减去车轮及许多其他机械装置，使阻力降到最低，技术时速在500km/h或更高。日本和德国在该技术的研究方面处于领先地位。

高速铁路在运输速度、频率和安全性方面取得突破性进展，可与汽车和航空运输一比高低。巴黎—里昂TGV高速铁路投入使用后的4年里，铁路自费旅客增长90%，商务旅客增长180%。目前，法国高速铁路已形成全国性网络。1994年5月7日，沟通英国与欧洲大陆的英吉利海峡海底隧道建成通车。它连接英国的福克斯通和法国的卡莱斯，包括两条单轨主隧道和一条辅助隧道，主隧道直径7.3m，辅助隧道直径为4.5m。辅助隧道位于两条主隧道之间。用于保障隧道的通风、保养和安全。隧道长51km，其中3.7km在法国本土，9km在英国本土，38km在海底。英吉利海峡隧道将伦敦与巴黎之间的旅行时间缩短到3h，将伦敦与布鲁塞尔之间的旅行时间缩短到3.2h，大大方便了欧洲各大城市之间的往来。根据该隧道的设计能力，交通高峰时间每小时可单向通过20列运载旅客及其汽车的铁路列车；全年可运送轿车旅行者800万人次，大客车旅行者450万人次。1995年，隧道平均每月的客运量为100万人次。该隧道把英国与欧洲大陆铁路网和公路网连为一体，对整个欧洲交通运输业的发展具有划时代的意义。

11.4.3 私有化进程加快，上下分离广为推广

传统上，世界各国主要通过国营铁路公司对铁路运输进行垄断经营，但是，由于国营铁路公司实行基础设施和客货运输一体化经营，高投入、低回报的基础设施建设和养护成为铁路运输进步发展的沉重负担。据国际铁路联盟统计，1991年英国国营铁路亏损额为1.4亿英镑，法国国营铁路亏损额为76.7亿法郎，联邦德国的亏损额为53亿马克，各国政府在难以承受对铁路企业巨额财政补贴的情况下，不得不对国营铁路公司进行私有化和上下分离改革。

日本国铁从1964年开始出现经营赤字，到1986年底长期贷款债务高达21.6兆日元。1987年4月，日本国铁分解为7家公司(6家客运、1家货运公司)，并实行私有化从而拉开铁路改革的序幕。通过私有化改革，旅客运输持续增长，竞争力不断加强。1977—1986年改革以前的10年间，日本国铁旅客运输年均下降0.6%，1987—1995年改革后的9年间，6家铁路公司旅客运输年均增长2.6%。经营管理取得显著成效。1986年日本国铁营业亏损达1.3兆日元，而改革后日本7家铁路公司实现总体经营扭亏为盈。铁路运价趋于稳定，改革前票价年年上涨，而改革后车票价格一直保持不变，直到1996年才有3家公



司在 9 年内第一次提高票价。改革后服务质量也得到了显著提高，各公司通过购置新型车厢和在各条线路实现直接换道有效提高了运行速度。市郊铁路运输拥塞现象得到有效缓解，如东京地区铁路拥堵程度降低了 20%。在日本私有化改革成功经验的启发下，英国也对国营铁路公司实行私有化改造，并有效减轻了政府在铁路运输方面的财政负担，使铁路运输经营效益得到根本改善。

在铁路私有化的同时，许多国家特别是欧洲国家开始对铁路实行上下分离改革。所谓“上下分离”就是对作为上部结构造的运输工具与作为下部构造的基础设施，按有效利用其进行运输生产活动的不同功能加以区分。其具体运作方式是把国家铁路公司改造成具有政府机构性质的铁路设施公司和商业性铁路运输公司两部分，其实质是把铁路所有权与经营权相分离，最终目的还是实现铁路运输的私有化。政府只对铁路设施公司予以财政补贴，赋予其维护，经营和建设铁路线路等职能，而将铁路运输公司(包括客、货运)完全推向市场，使其进行自负盈亏的独立经营。

瑞典是最先实行完全上下分离改革的国家，它于 1988 年将国营铁路公司分解为线路设施部门和铁路运输公司两部分，前者代表政府行使对铁路线路的所有权，后者转化为商业运输公司。同时，国家对铁路运输企业的市场准入和定价完全放开，从而使铁路运输进入公平、自由的竞争市场。挪威、芬兰、意大利、德国等也先后在不同程度上实行上下分离的经营管理模式。

11.5 水运旅游交通发展态势

11.5.1 客运功能减弱，游览功能增强

水路运输是四大现代交通方式中出现最早、历史最悠久的交通方式。1807 年，美国人罗伯特·富尔顿把蒸汽机应用于内河船克莱蒙特号上，从而发明了世界上第一条现代机动船。比铁路早 18 年。机动船舶与原始的非机动船相比，具有速度快、运量大、乘坐舒适等特点，有效地减少了旅行时间和旅行费用，对近代旅游业的产生起到了积极的推动作用。据统计，1802 年由英国伦敦乘帆船去滨海旅游胜地马盖特的旅游者为 2 万人，1830 年由伦敦乘机动船去马盖特的旅游者迅速增加到 10 万人。

1850 年以后，钢铁被用作造船材料，螺旋桨取代了以前的明轮，远洋蒸汽机船得到较快发展。1866 年，英国旅行商托马斯·库克成功地组织了世界上第一个乘远洋蒸汽机客轮跨越大西洋到美国的旅行团。

20 世纪初，功率更大、速度更快、载客更多的柴油机船问世。1912 年，英国建造了号称“永不沉没”的泰坦尼克号豪华远洋轮船。它重达 4.6 万吨，设计载客量 3 547 人。当年 4 月，渡船运载 2 220 人，从英国南安普顿向美国纽约首航，于 14 日午夜撞击冰山，沉没于距加拿大纽芬兰大浅滩以南 153 千米的大西洋洋底，造成 1 513 人死亡，成为世界有史以来最大的海难悲剧。然而，巨型远洋轮船的发展并没有因此停滞，而是在旺盛的市场需求带动下进入鼎盛发展阶段。19 世纪 30 年代末，玛丽皇后号、诺曼底号和伊丽莎白女王号等巨型远洋客船相继建成并投入使用，这些 8 万吨级以上的巨轮航速超过了每小时

30海里(约56km)。其中，玛丽皇后号和诺曼底号客轮，还在客运淡季开办了世界上最早的季节性海上游览线路。第二次世界大战以后，柴油机船吨位超过蒸汽机船，成为水上运输的主要工具。但是，与当时蓬勃兴起的航空客运相比，水路客运速度慢、舒适性差、安全系数低，越来越不能适应远程旅客的需要。1957年，在当时世界上远洋客运最繁忙的大西洋航线上的航空客运人数超过了航海客运人数，标志着世界远洋航海客运鼎盛时期的结束。

20世纪60年代以后，为适应大规模国际旅游发展的需要，许多船舶运输公司放弃了传统的远洋定期班轮航线，转而经营灵活的远洋游船航线。20世纪70年代，希腊和挪威以地中海、加勒比海、波罗的海为基地，发展成为当时世界上最大的远洋游船拥有国。20世纪80年代，前苏联的远洋游船拥有量居世界之首，达到29艘，分别比希腊和挪威多4艘和10艘。进入20世纪90年代，美国、英国、澳大利亚和新加坡也跻身于世界远洋游船强国之列，日本、韩国和中国也已着手开拓远洋游船业务。

目前，远洋游船已成为世界旅游业中发展最快的分支产业。1970年，世界游船业只接待了50万旅游者，1981年接待了160万人次，1991年达到400万人次。1996年世界上约有大型远洋游船230艘，舱位19.8万个，年接待能力达到900万人次。

11.5.2 游船公司加速重组

资本运营成为游船业资源配置和市场再瓜分的决定因素，从市场竞争的组织形式上看，独立的游船公司单兵作战、直接竞争的局面已经改变，以上市股票公司和金融财团为依托的游船集团之间的大兵团作战、间接竞争格局已成大势。游船集团之间的竞争不再是直接的客源争夺，而是间接的细分市场争夺，主要是通过巨额资金收购竞争对手，从而从根本上消除某一细分市场(如豪华游船细分市场、东南亚游船航线细分市场和环球游船航线细分市场等)上的主要竞争力量，形成局部垄断优势。从游船业的宏观运行上看，资本运营起到优化资源配置的重要作用。在资本市场上，资金总是集中向优势企业流动，优势企业凭借充裕的资金得以收购、兼并或联合更多的同行业企业，并根据市场供求关系的发展变化趋势，集中力量开发新产品，调整产品结构，从而使整个游船业产业水平不断提高。

通过资本运营方式进行扩张的典型是卡尼弗尔集团。该集团拥有世界上客运量最大的卡尼弗尔游船公司，先后收购了丘纳德游船有限公司、荷美游船公司和风星游船公司等3家世界著名游船公司，并参股科斯塔游船公司和航空旅游公司，从而使游船总数达到约40艘。

丘纳德轮船公司创立于1839年，是世界上最古老的轮船公司之一。旗下有5艘世界排名前12位以内的游船，其中包括世界最佳游船——皇家北欧阳光号和世界最著名的游船——伊丽莎白女王二世号。该公司主要经营通往加勒比海、百慕大、加拿大、欧洲、南太平洋、南非、巴拿马运河、墨西哥、地中海和希腊群岛的航线。卡尼弗尔公司于1998年5月28日以5亿美元巨资收购丘纳德公司，并将其与海洋游船公司合并成立新的丘纳德游船有限公司。其船队规模增至8艘，5艘来自前丘纳德公司，3艘来自前海洋游船公司。通过公司的收购与合并，实现了两家知名游船公司的资源重组，使其成为当今世界上



豪华游船市场上的真正霸主。

卡尼弗尔游船公司总部设在迈阿密，1998 年拥有游船 14 艘，年接待旅游者 140 万人次，是世界游船最多、客运量最大的游船公司。它主要经营美国至加勒比海航线，也涉足通往墨西哥、夏威夷、阿拉斯加和巴拿马运河的航线。

荷美游船公司创立于 1872 年，现拥有 8 艘超级豪华游船，主要经营通往阿拉斯加、加勒比海、巴拿马运河，欧洲，南太平洋、夏威夷、远东、加拿大的航线，以及环球航线，以世界一流的餐饮、娱乐和服务而著称，1995—1998 年连续获得世界远洋游船公司协会授予的最有价值游船奖。其著名游船有：鹿特丹号(1 075 个舱位)、韦斯特丹号(1 449 个舱位)、诺顿号(1 214 个舱位)和纽・阿姆斯特丹号(1 214 个舱位)等。

风星游船公司拥有 3 艘游船，主要经营通往哥斯达黎加、法属波利尼西亚、加勒比海和地中海的航线。

科斯特游船公司是欧洲最大的游船公司，拥有 6 艘游船，经营通往加勒比海、地中海、北欧、南非和跨大西洋航线，行程多在 5～16 天，以意大利式特色服务而著称。

11.5.3 品牌聚合加快

随着市场营销由初级阶段向高级阶段的发展，游船业的竞争逐步由产品竞争向服务竞争，并和更高级的品牌竞争过渡，品牌效应及多个品牌聚合效应在市场中起到越来越重要的作用。产品竞争主要表现为航线、航班和运输工具的竞争，在航线、航班和运输工具在某一细分市场达到饱和甚至过剩的程度时，服务质量就成为竞争成败的关键。当胜务质量普遍提高时，服务水平进入规范化和标准化阶段，企业的继续发展就必须依靠低成本和高质量这两个矛盾因素的重新组合来推动。此时，品牌体现出长期稳定的价值相符的产品内涵，因而成为竞争的焦点和推动企业继续发展的决定因素。除卡尼弗尔集团通过收购、参股形式使卡尼弗尔游船公司、丘纳德游船有限公司、荷美游船公司、风星游船公司、科斯塔游船公司等世界著名品牌集于一身外，其他大型游船公司也在积极推行品牌聚合战略。美国皇家加勒比海游船公司成立于 1988 年，其前身东方海运公司是美国最古老的远洋轮船运输公司之一，目前拥有皇家加勒比国际游船公司和名流游船公司两家公司，两家公司都有各自的著名游船品牌。比如，加勒比国际游船公司拥有 12 艘游船，分为海洋系列游船和北欧系列游船，其中又以海洋魅力号、海洋辉煌号、海洋神奇号、海洋帝王号、海洋观光号等海洋系列游船最为著名。该公司充分发挥多品牌优势，辟有 50 多条巡游线路，连接世界各地 130 多个港口．主要目的地包括加勒比海、巴哈马、百慕大、墨西哥、巴拿马运河、阿拉斯加、夏威夷、地中海、欧洲、俄罗斯、远东和东南亚，长期稳居世界游船市场第一把交椅。此外，该公司正着手创建新的鹰系列超级游船品牌，第一批预订了 3 艘超级游船——鹰系列一号、鹰系列二号和鹰系列三号。

早在 1844 年英国 P&O 航运公司就已开展娱乐性蒸汽机船海上运输，从 1884 年起开始经营现代游船运输，1974 年兼并另一家著名游船公司——公主游船有限公司，从而使公司拥有 P&O 游船公司和公主游船公司两家分公司。P&O 和公主游船公司合并，起到品牌聚合带来的规模经济效应，使市场占有份额和竞争力同步提高。1997 年，该公司共实现营业利润 1.68 亿英镑，比 1996 年增长 12%。在利好形势鼓舞下，该公司在 1997—

2002年预订了6艘游船，涉及金额达15亿英镑之巨，其中10.9万吨级巨型公主号已投入使用。P&O游船公司总部设在英国伦敦，经营奥丽埃纳号、维多利亚号和世外桃源号3艘P&O系列游船。其中，奥丽埃纳号和世外桃源号由南安普敦山发，途经欧洲大陆沿海港口，沿大西洋进入地中海，而后兵分两路，前者向西、后者向东开始为期3个月的远洋巡游。维多利亚号夏季在南安普敦——威尼斯航线，冬季在波多黎各首府圣胡安——加勒比海航线巡游。

公主游船有限公司总部设在美国洛杉矶，拥有10艘公主号系列游船，是北美三大游船公司之一。它以美国为基地，巡游线路多达150条，覆盖世界二百多个港口，夏季主要经营至阿拉斯加、北欧和地中海航线，其他季节经营前往加勒比海、巴拿马运河、澳大利亚、南美、南太平洋、远东、印度、墨西哥和加拿大等目的地的航线。

11.5.4 传统线路稳定发展，新兴航线不断推出

世界海洋游船旅游航线，基本已形成以北美、欧洲和亚洲为主要客源地，以加勒比海和地中海为传统旅游目的地，以阿拉斯加太平洋海域、墨西哥太平洋海域、南太平洋、远东和东南亚为新兴旅游目的地，连接世界七大洲、四大洋的游船航线网。

游船旅游者的动机主要是观赏海洋及湖河风光、度假、体验航行生活、享受豪华游船的服务设施等。近年来对南极探险、古代航海线路寻踪和海洋岛屿猎奇等专项线路感兴趣的旅游者越来越多，说明游船旅游者的动机在不断增多。1991年，世界远洋游船市场占有率为：加勒比海占57%，欧洲占9%，墨西哥太平洋海域占7%，阿拉斯加占7%，横贯运河占4%，太平洋占5%，其他占11%。1996年，世界远洋游船市场占有率发生变化，美洲市场有所下降，欧洲略有上升，亚洲快速增长，具体表现为：美洲占70%(其中加勒比海和巴拿马群岛占42%)，欧洲占20%，亚洲占10%，其他占10%。世界主要远洋游船公司巡游航线网的分布特点，也是高度集中于加勒比海和地中海，同时不断向阿拉斯加、墨西哥、夏威夷、南太平洋、远东、南非等新兴目的地扩展。

加勒比海为大西洋属海，东西最长距离约2 800km，南北最宽距离约1 400km，总面积约275km^2。海水终年温暖，盛产鱼类，水下珊瑚群广布，旅游环境优美，是世界上传统的海上旅游基地和胜地。加勒比海沿岸的30多个国家和地区，多以旅游业为主要创汇产业。巴哈马、牙买加、圣卢西亚等国的游船公司与美国、加拿大和欧洲国家游船公司联合，开展海上旅游专线，使游船业得以长盛不衰。仅美国1992年就有250多万人乘游船前去度假，1996年达到360万，预计到20世纪末每年前往该地区的旅游者将超过800万人次。

地中海位于亚、非、欧三大陆之间，东西长约4 000km，南北宽约1 800km，总面积约250万平方千米，充足的阳光，清澈的海水，金色的沙滩，加之适宜的地中海式气候，使得该海域及其沿岸国家成为著名的游船旅游和度假旅游胜地。地中海沿岸的法国、意大利、西班牙、希腊、埃及、突尼斯、摩洛哥等都是旅游业极为发达的国家。1993年，法国和西班牙国际旅游接待人数分别居世界第一和第三位。地中海是沟通大西洋和印度洋的重要通道，自古以来海运发达。它不仅是国际远洋游船旅游的发源地，还是现代远洋游船的主要始发地和目的地，因而成为世界远洋游船业的重要基地之一。



世界第二大洋大西洋，是世界上最繁忙的游船航线，连接着欧洲、美洲和非洲大西洋沿岸各大港口。向东经直布罗陀海峡通达地中海和黑海，向东南经好望角可进入印度洋，向西经巴拿马运河或麦哲伦海峡与太平洋相连。

世界第一大洋太平洋，沟通了亚洲、大洋洲和美洲太平洋沿岸各大港口。向东或东南连接大西洋，向西经马六甲海峡可进入印度洋，向北过白令海峡进入北冰洋。

印度洋航线是亚洲、非洲、大洋洲和印度洋沿岸各大港口之间的通道。东以马六甲海峡与太平洋相通，西经苏伊士运河通达地中海，西南绕好望角通往大西洋。

世界环球游船航线主要有两条：北线是地中海—开罗—红海—亚丁—印度洋—新加坡—马六甲海峡—太平洋—香港—上海—东京—火奴鲁鲁—圣弗兰西斯科—巴拿马运河—加勒比海—大西洋伦敦—直布罗陀海峡—地中海；南线是纽约—加勒比海—大西洋—开普敦—印度洋—悉尼—惠灵顿—圣地亚哥—麦哲伦海峡—大西洋—加勒比海—迈阿密。

11.5.5 游船趋向巨型化和豪华型

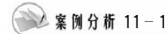
进入20世纪90年代，世界远洋游船继续向巨型化方向发展，巨型游船由以往的七八万吨级向十万吨级以上发展。P&O公司10.9万吨级游船——巨型公主号于1998年5月正式下水，这是世界上第一艘十万吨级上的远洋游船。巨型游船的优势在于，易于形成轰动效应，便于配备更豪华的娱乐设施，促使营运成本不断下降。游船运输是一种无形的服务产品，通过经营巨型游船可以树立企业直观的形象，增强和巩固企业的竞争力，提高企业的知名度。

在巨型化的同时，远洋游船的内部多按三星级饭店标准进行装修，而且集行、住、食、游、购、娱于一体，向着更舒适、更豪华的方面发展。皇家加勒比国际游船公司最新推出的观光号游船，为7.8万吨级巨型游船，拥有1 000间房舱，其中面海外房舱593间，其中带阳台的豪华外房舱229间。船上餐厅、室内外游泳池、健身房、图书馆甚至赌场一应俱全，俨然是一座“海上浮动胜地”。

皇家加勒比游船公司的巨型公主号，耗资4.5亿美元，相当于购置4架先进喷气式飞机的费用，其巨大的船体，为设计和配置更豪华的设施与设备提供了可能。船上建有3个主餐厅，并提供24小时向客房送餐服务；设有12个供游客品酒、娱乐和跳舞使用的娱乐、酒吧双功能厅。拥有3个主表演厅，其中一个剧院就耗资300万美元，跨越两层甲板，座位呈阶梯状分布，拥有水幕、彩色激光系统和三层自动升降舞台，因而具有上演大型戏剧和夜总会卡巴莱歌舞表演的双重功能。综合服务设施包括赌场、免税商店、健身中心、温泉浴池、体育运动甲板、照相馆、青少年活动中心、迪斯科舞厅、计算机中心、9穴高尔夫轻击场、图书馆、商务中心和美术馆等，其豪华程度就连许多陆地五星级饭店也望尘莫及。

国际旅游交通对世界旅游业的发展起到积极的推动作用。同时，旅游业的发展也为交通运输业的发展提供了广阔的市场，导致世界旅游交通专业化水平不断提高，形成公路、航空、水运、铁路、特种五大旅游交通方式有机结合的综合运输体系。1950—1998年，世界国际旅游者人数由2 500万人次增加到6.25亿人次，国际旅游收入由21亿美元上升到4 447亿美元，分别增长了24倍和210倍，国际旅游业的发展速度超过了同期世界经济

的总体发展速度。国际旅游业的持续稳定发展，给国际旅游交通业提供了巨大的需求市场，从而促进旅游交通业的兴旺发达。



案例分析 11-1

以下为《2013年中国民航发展论坛》中美国运输部副部长助理苏珊·麦克德莫特女士的报告摘选，题目是《航空业对经济增长的贡献》。

“大家都知道，航空确实在促进全球旅行和商业方面发挥了重要的作用。航空业的发展，不仅能让这些国家能够获得全球经济发展的好处，同时也能促进自己国家经济的发展。这在今天的世界上更是如此，因为有很多供应链是非常有实效性的，航空业可以增加高价值产品的贸易，同时还可以促进旅游发展，这些都是非常重要的。在全球来讲，国际的旅游业现在蓬勃发展，2012年旅游人次已经超过了10亿，给我们带来了1.3万亿美元的出口收入。航空这个行业中，不仅仅是对我们有影响，同时也对整个国家和世界都会带来很大影响。我的一个前领导经常说，航空运输不仅仅是钢铁水泥，航空业是个循环的经济，对世界对国家经济来讲都是个循环经济。在美国，我们预测，民航业大概带来的经济收入是1.3万亿，在亚太地区航空业创造了610万个就业机会，而且给我们带来2 580亿美元的GDP增长。在中国，它给我们带来了480万个就业机会。全球的经济现在越来越依靠着我们之间的连接性和速度，而且航空运输业才能提供这样的方法。因此，我们有很多政策都反映出21世纪的这种现实情况。为了能够打造并且落实这种政策，我们必须努力搞一些非常好的法律框架和监管做法，使所有的利益相关者都有机会来真正受益。美国认为，放开航空管制是可以让所有人受益的，对消费者来讲，他们愿意去旅游、愿意运输货物的话，对他们更方便、可以有更多的训练。美国做了个研究发现，航空运输业开放的话，确实可以带来很多机会，同时能够使每年增长的幅度增长12%～35%。亚太的经济发展确实印证了这点，在泰国、马来西亚20世纪中期就开放了直接和间接的投资。新西兰、澳大利亚是个单独的市场，航空业的发展给他们带来了56%更高的机会。”

【案例点评】

旅游业及相关产业的蓬勃发展，使越来越多的商务和度假旅客在交通方式上改变观念，选择飞机出行，势必带动民航业的蓬勃发展。民航业的高速发展，对民航专业服务与管理人才的需求量也将大大增加。未来的发展趋势是航空公司的服务不再是出售机票，把乘客送到目的地等简单服务，而是在运营环节上的融旅游业、餐饮业在内的延伸服务、增值服务。从事航空服务工作，工作环境好，收入高。从现有薪资水平看，国内主流航空公司优秀空乘人员平均年薪在10万人民币以上。民航业在中国拥有广阔的发展前景，属于极有潜力的行业。

本 章 小 结

本章讲述了国际旅游交通业的总体发展态势；国际旅游交通企业联盟化的意义以及国际旅游航空、公路、水运、铁路交通企业的发展态势。

复习思考题

一、问答题

1. 简述国际旅游交通业的总体发展趋势及其对国际旅游业发展的影响。
2. 试述放松航空管制政策出台的历史原因与影响。
3. 铁路私有化与上下分离改革的历史背景是什么？

4. 举例说明铁路私有化与上下分离改革对铁路经营生产所产生的重要影响。

二、名词解释

1. 天空开放协议
2. 国际市场一体化

